

Angewandte Medienwirtschaft
Sport-, Medien- & Eventmanagement

Zimmermann, Robin

**Basketball -
In Deutschland nur ein medialer Randsport?**

- Bachelorarbeit -

Hochschule Mittweida – University of Applied Science (FH)

Wiesloch, 2010

Angewandte Medienwirtschaft
Sport-, Medien- & Eventmanagement

Zimmermann, Robin

**Basketball -
In Deutschland nur ein medialer Randsport?**

- eingereicht als Bachelorarbeit -

Hochschule Mittweida – University of Applied Science (FH)

Erstprüfer Prof. Dr. phil. Ludwig Hilmer
Zweitprüfer Heinz- Ludwig Nöllenburg

Wiesloch, 2010

Bibliographische Beschreibung

Zimmermann, Robin:

Basketball - In Deutschland nur ein medialer Randsport? - 2010 - 64 Seiten
Wiesloch, Hochschule Mittweida (FH), Fachbereich Medien, Bachelorarbeit

Referat

Die Bachelorarbeit beschäftigt sich mit der Fragestellung, ob Basketball in Deutschland nur ein medialer Randsport ist. Um dieser Frage nachzugehen, wird vorab die generelle Verbindung zwischen Sport und Medien in Deutschland erläutert. Darauf folgt eine Betrachtung der Situation des Basketballs weltweit. Daraufhin wird die Situation des Basketballs in Deutschland sowie die Problematik der Identifikationsfiguren beschrieben.

Der Schwerpunkt der Arbeit liegt auf der konkreten Mediensituation im Basketball. Bei den Printmedien werden verschiedene überregionale und regionale Tageszeitungen sowie das größte deutsche Basketballmagazin untersucht. Bei den Fernsehsendern werden die Sendungen mit Basketball in den letzten Jahren ausgewertet. Im Internet werden verschiedene deutsche Sportseiten und die Internetpräsenz der NBA betrachtet. Mithilfe empirischer und datengestützter Ergebnisse wird die Frage beantwortet, ob Basketball in Deutschland ein medialer Randsport ist.

Bibliographische Beschreibung und Referat	I
Inhaltsverzeichnis	II - III
Abbildungsverzeichnis	IV
Abkürzungsverzeichnis	V
1. Einleitung	8 - 10
1.1 Vorwort	8
1.2 Einführung in das Thema	9
1.3 Aufbau der Arbeit	10
2. Sport und Medien in Deutschland	11 - 18
2.1 Eine Verbindung mit Tradition	11
2.2 Eine einseitige Verbindung	15
2.3 Ein großer Volkssport, viele kleine Sportarten	17
3. Basketball international	18 - 22
3.1 Basketball Grunddaten	18
3.2 Basketball als globale Sportart	19
3.3 NBA, nationale Liga mit weltweitem Interesse	21
4. Basketball in Deutschland.	23 - 27
4.1 Wie beliebt ist Basketball?	23
4.2 Das Problem fehlender Identifikationsfiguren	24
4.2.1 Deutscher Basketball als Ein-Mann-Sport	24
4.2.2 Exkurs: Tennis als Beispiel	26
5. Basketball in den deutschen Medien	27 - 45
5.1 Basketball in den Printmedien	27
5.1.1 Exemplarische Rundreise durch gedruckte Seiten	27
5.1.1.1 Überregionale Zeitungen für überregionalen Sport	27
5.1.1.2 Nationalmannschaft mit großen Artikeln	29
5.1.1.3 Lokaler Sport im Vordergrund	30

5.1.2 Kreisstadt mit Erstligaverein	31
5.1.3 Deutschlands größtes Basketballmagazin	32
5.2 Basketball im Fernsehen	34
5.2.1 Basketball-Bundesliga, ein Quotenkiller	34
5.2.2 Die NBA als „Nachtwächter“	36
5.2.3 Die Nationalmannschaft als einzige Konstante	39
5.3 Basketball im Internet	41
5.3.1 Im Internet präsent	41
5.3.2 Die größte Sportseite der Welt	42
5.3.3 Internet TV im Zusammenhang mit Basketball	44
 6. Schlussbetrachtung: Basketball - In Deutschland	
nur ein medialer Randsport ?	46 - 49
6.1 Vergleich mit Handball, Volleyball und Tischtennis	46
6.2 Basketball, ein Randsport ?	47
 Literaturverzeichnis	50
Quellen der Abbildungen	62
Erklärung zur selbstständigen Anfertigung	64

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Meilensteine für die Verbindung Sport und Medien in Deutschland	11
Abbildung 2: Startseite Bild.de vom 25.02.2010	14
Abbildung 3: Erste Sportseite in der FAZ vom 09.11.2009	16
Abbildung 4: Übersicht reichweitenstärkste Sportevents 2009 im TV	20
Abbildung 5: Ausschnitt "Sport in Kürze" in der FAZ	29
Abbildung 6: Ausschnitt aus der RNZ vom 22.06.2006	30
Abbildung 7: Titelseite der Ludwigsburger Kreiszeitung	32
Abbildung 8: TV Quoten Beko BBL 2009/ 2010 beim DSF	36
Abbildung 9: Top 10 Reichweite Basketball bei Eurosport in Deutschland	40
Abbildung 10: Visits Schoenen-Dunk.de bis 2007	42
Abbildung 11: US- Sports auf Sport1.de vom 01.04.2010	44

Abkürzungsverzeichnis

AGF	Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung
ATP	Association of Tennis Professionals
AWA	Allensbacher Markt- und Werbeträger-Analyse
BAA	Basketball Association of America
BBL	Basketball-Bundesliga, die offizielle Bezeichnung lautet seit der Saison 2009- 2010 Beko BBL
BDZV	Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger
DOSB	Deutscher Olympischer Sportbund
dpa	Deutsche Presse Agentur
DSF	Deutsches Sportfernsehen
FAZ	Frankfurter Allgemeine Zeitung
FIBA	Fédération Internationale de Basketball
GfK	Gesellschaft für Konsumforschung
IVW	Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbrei- tung von Werbeträgern
LKZ	Ludwigsburger Kreiszeitung
NASN	North American Sports Network, seit 2009 unter dem Namen ESPN America
NBA	National Basketball Association
NCAA	National Collegiate Athletic Association
RNZ	Rhein-Neckar-Zeitung
Sky	Pay TV Unternehmen, bis zum Juli 2009 Premiere
TGI	Target Group Index
tsg	Tagesspiegel
VDZ	Verband Deutscher Zeitungsverleger
WAZ	Westdeutsche Allgemeine Zeitung

1. Einleitung

1.1 Vorwort

Bevor ich mit meinen Ausführungen beginne, möchte ich mich bei einigen Personen bedanken. Mein Dank gilt meinem betreuenden Hochschullehrer Prof. Dr. phil. Ludwig Hilmer, der mir verschiedene Betrachtungsweisen für dieses Thema eröffnet hat (Das Problem der Identifikationsfiguren wäre sonst nicht eingeflossen). Auch bei meinem Zweitkorrektor Heinz-Ludwig Nöllenburg, mit dem ich während der Arbeits- und Vorbereitungszeit der Bachelorarbeit in regem Kontakt war, bedanke ich mich. Darüber hinaus möchte ich meiner ganzen Familie für die Unterstützung Dank aussprechen. Für meine, nicht immer unkomplizierte, Recherchearbeit möchte ich mich ebenfalls bei einigen Leuten und Medien bedanken, die mir die Arbeit in dieser Form erst ermöglichten:

- Jonas Falk von dem Basketballmagazin Basket
- Der Frankfurter Allgemeinen Zeitung
- Der Rhein-Neckar-Zeitung
- Der Ludwigsburger Kreiszeitung, speziell Sandra Ruf, die mich mit Archivmaterial versorgte und Sportredakteur Erich Wagner, der mir in einem ausführlichen Telefonat Informationen zur Situation des Basketballs in Ludwigsburg vermittelte.
- Karin Walter von media control, die mir über die Internetseite tv-ratings.de Zugang zu den Fernsehquoten verschaffte.
- Lukas Stelmaszyk von Sponsors. Sponsors stellte für mich eine nicht unerhebliche Informationsquelle dar.
- Heike Gruner von Eurosport
- Frank Gemein von der Beko Basketball Bundesliga
- Christian Ziesmer von schoenen-dunk.de

Durch diese intensive Unterstützung und die zusätzliche Recherchearbeit ist eine Arbeit entstanden, die mir persönlich viel neues Wissen über Medien und Basketball bescherte. Nicht zuletzt konnte ich mir einen persönlichen Traum erfüllen und mehr über meinen Sport erfahren. So entstand eine Arbeit, die ich ganz dem Gedanken „I love this game“ widme.

1.2 Einführung in das Thema

„Mal wieder ist es nervtötend, wenn man ein Basketball-Fan ist. Denn wieder einmal bekommt man vor Augen geführt: Du bist nur ein Fan zweiter Klasse. Oder einer, der sich nur für einen zweitklassigen Sport interessiert.“ (Basket 6/2007, 3)

Dieser Ausspruch wurde in dem größten Basketballmagazin Deutschlands, der Basket, veröffentlicht. In diesem Zusammenhang wird eine Problematik angesprochen, die viele „Sportarten der zweiten Reihe“ betrifft. Es geht um die mangelnde Präsenz in den Medien. Während über Sportarten wie Fußball nahezu täglich in allen denkbaren Medien berichtet wird, müssen Fans von kleineren Sportarten auf einmalige Artikel in den Zeitungen und im Internet oder auf Sendungen im Fernsehen warten. Dabei kann es sogar vorkommen, dass vergeblich gewartet wird.

„Es gibt nun mal kein Grundrecht auf die Vollversorgung mit Sport, egal für welche Sportart.“ (NASN in Basket 11/2007, 81)

Gehört Basketball, ein Sport, der sich weltweit zu den beliebtesten entwickelt hat, in Deutschland zu diesen „zweitklassigen“ Sportarten? Dafür spricht die unbefriedigende Fernsehsituation. Besonders im Sommer 2007 spitzte sich die Situation zu, als nur noch Premiere die Basketballligen über Pay-TV sendete. Gerade die Basket zeigte sich kämpferisch und forderte: „Mehr Basketball im TV“ (vergleiche Basket 9-10/2007, 88). Zu wenig Basketball im Fernsehen, eine subjektive Betrachtung der Basket-Redaktion oder doch eine objektive Einschätzung? Natürlich will jeder Basketballfan seine Sportart präsent sehen, doch entscheiden in den Medien harte Zahlen, wie Einschaltquoten und Auflagen, was auf dem Programm, beziehungsweise in der Zeitung steht. Dass dabei weniger beliebte Sportarten auf der Strecke bleiben, ist nicht verwunderlich. Ist Basketball eine dieser Sportarten, die auf der Strecke bleiben, ist Basketball in Deutschland ein medialer Randsport?

1.3 Aufbau der Arbeit:

Die folgende Arbeit beschäftigt sich mit der Frage, ob Basketball in Deutschland nur ein medialer Randsport ist. Die Arbeit ist empirisch gestützt. Außerdem werden Daten zu Einschaltquoten, Mitgliederzahlen der Sportverbände, Besuche auf Internetseiten und Auflagezahlen von Printmedien ausgewertet. Um der Fragestellung nachzugehen, wird vorab die generelle Verbindung zwischen Sport und Medien in Deutschland erläutert. Darauf folgt eine Betrachtung der Situation des Basketballs weltweit. Hier wird sowohl die Beliebtheit des Sports als auch die National Basketball Association als größte und bedeutendste Liga näher beleuchtet. Daraufhin wird die Situation des Basketballs in Deutschland sowie die Problematik der Identifikationsfiguren beschrieben. Um die Auswirkung fehlender Persönlichkeiten zu verdeutlichen, wird ein Exkurs zum Tennissport gemacht. Der eigentliche Schwerpunkt der Arbeit liegt auf der konkreten Mediensituation im Basketball. Bei den Printmedien werden verschiedene überregionale und regionale Tageszeitungen sowie das größte deutsche Basketballmagazin aufgezeigt. Bei den Fernsehsendern werden die Sendungen mit Basketball in den letzten Jahren untersucht. Dabei wird zwischen NBA, Basketball-Bundesliga und internationalen Turnieren differenziert. Im Internet werden verschiedene deutsche Sportseiten sowie die Internetpräsenz der NBA betrachtet. Zusätzlich wird eine Möglichkeit dargestellt, wie Sportarten sich über das Internet präsentieren können. Abschließend folgt eine Schlussbetrachtung, die noch einmal die Kernpunkte zusammenfasst, einen Vergleich mit anderen Sportarten zieht sowie die Antwort auf die Fragestellung vorstellt: Ist Basketball in Deutschland nur ein medialer Randsport?

2. Sport und Medien

2.1 Eine Verbindung mit Tradition

Die Verbindung Sport und Medien ist bereits seit dem 19. Jahrhunderts eine lukrative Kombination (Abbildung 1). Sowohl Printmedien, Hörfunk, Fernsehen und jetzt auch das Internet bedienen sich des Sports um eine höhere Reichweite und Beliebtheit zu erzielen. Ebenso benutzt der Sport die Medien, um selbst präsenter zu werden.

„Vor allen Dingen aber ist der Sport eine enge Verbindung mit den Medien eingegangen - beide entwickeln sich gewissermaßen symbiotisch.“ (Gleich 2000, 511)

Meilensteine für die Verbindung Sport und Medien in Deutschland
1842: Erste deutsche Sportzeitschrift: Allgemeine Turn-Zeitung (Sportmagazine-Online 2010, o.S.)
1921: Erste deutsche Sportübertragungen im Rundfunk (Loosen o.J., 138)
1936: Erste Live-Übertragung im Fernsehen bei den Olympischen Sommerspielen in Berlin (Loosen o.J., 138)
2000: Erste deutsche Internet-Sportzeitung (BDZV 2000, o.S.)

Abbildung 1

Der Sport selbst ist noch immer im Aufstieg. Im Jahr 2000 hatte der Deutsche Sportbund 26.812.757 Mitglieder. 2009 sind es bereits 27.553.516 Mitglieder (vergleiche DOSB 2010/2001). Auch ist das generelle Informationsinteresse am Sport mit 70,1 % der Deutschen ab 14 Jahren immens (Sportprofile AWA 2009).

„Es gibt also vielfältige Gründe, warum Sportberichterstattung für die Medien schon immer einen ganz besonderen Wert hatte: Sportberichterstattung war und ist wesentliches Zugpferd der Medien-Verkaufsförderung. Sport begleitet die Medienevolution: Mediengeschichte ist immer auch Sport-Mediengeschichte.“ (Loosen o.J., 138)

Die italienische „La Gazzetta dello Sport“, die weltweit älteste Sporttageszeitung, erschien erstmals 1896 und hat mittlerweile eine Auflage von 595.000 Exemplaren (eurotopics Juli 2008) und damit mehr als die Süddeutsche Zeitung, die auflagestärkste Tageszeitung in Deutschland mit gerade einmal 435.433 (IVW Quartal 4/2009). „L'Équipe“ ist eine renommierte, große französische Sportzeitung und verkauft täglich 352.489 Exemplare (eurotopics Juni 2008). In Deutschland existieren zwar keine Sporttageszeitungen, doch auch hier gibt es große Sportzeitschriften, wie die Sport Bild oder das Kicker-Sportmagazin. Die Sport Bild, die immer mittwochs erscheint, hat eine Auflage von 437.516 Exemplaren (IVW Quartal 4/2009), das Kicker-Sportmagazin verkauft montags 203.780 und donnerstags 174.113 Stück (IVW Quartal 4/2009). Neben den großen existiert auf dem Markt noch eine riesige Anzahl an speziellen Sportzeitschriften. Die 83 Zeitschriften aus allen möglichen Sportbereichen, wie zum Beispiel Wassersport, Leichtathletik, Jagdsport, Fußball und auch Basketball haben eine Gesamtauflage von 5.235.115 (Sportmagazine-Online 2009, o.S.). Auch in deutschen Tageszeitungen ist Sport längst nicht mehr nur ein Randthema. Immer häufiger finden sich Sportartikel auf der Titelseite einer Zeitung, selbst die Frankfurter Allgemeine Zeitung macht keine Ausnahme. Es ist nicht einmal mehr unüblich, dass der Sportartikel auch der Hauptartikel in einer Zeitung ist. Oft ist er dann mit einem recht großen Bild zusammen zu finden. Eine Zeitung, die nach diesem Schema arbeitet, ist die Bild-Zeitung. Sie gilt als Boulevardzeitung, wäre aber sonst die auflagestärkste Tageszeitung Deutschlands mit täglich 3.030.510 verkauften Exemplaren (IVW Quartal 4/2009).

Auch das Fernsehen profitiert von der Zusammenarbeit mit dem Sport. In den Tagesthemen wird über Sport berichtet. Mit Übertragungen einer Fußball-WM oder EM oder Großveranstaltungen wie den Olympischen Sommer- und Winterspielen kann man unglaubliche Quoten erreichen. Das Eröffnungsspiel der Fußball-WM 2006 zwischen Deutschland und Costa Rica erreichte mit 20,13 Millionen Zuschauern einen Marktanteil von 76 Prozent (Focus 2006, o.S.). Im Januar 2010 erreichte bei den Olympischen Winterspielen, übertragen bei der ARD, Biathlon 10,01 Millionen Zuschauer. Dabei lag der Marktanteil bei 29,4 Prozent (Tewes 2010, o.S.).

„Beim Vergleich der Sendedauer und Sehdauer von Spartenangeboten zeigt sich, dass der Sport im Fernsehen einen überproportionalen Zuspruch hat. Darüber hinaus garantiert die Präsentation von Sportveranstaltungen große Zuschauermassen und Top-Reichweiten.“ (Gleich. 2000. S 511)

Weiterhin profitiert das Medium Internet vom Sport, wobei das Internet generell sehr stark im Aufschwung ist. Bereits 60 Prozent der Deutschen ab 14 Jahren benutzten das Internet. Im Vergleich hierzu waren es im Jahr 2000 nur 16 Prozent. Ganz besonders groß ist der Anstieg bei den 14- bis 29-Jährigen von 28 Prozent auf 86 Prozent (AWA 2008). Im Internet gibt es zwei Index-Zahlen, an denen man erkennen kann, wie beliebt eine Seite wirklich ist. Das sind zum einen die Visits, die einem Information darüber geben, wie viele Besucher innerhalb eines Zeitraums eine Seite aufsuchten. Zum anderen gibt es die Page Impressions (oder Seitenabruf), sie bezeichnen, wie viele Einzelseiten innerhalb einer Website abgerufen werden. Durch die erhöhte Nutzung des Internets gehen auch die Visits und die Page Impressions rasant nach oben. Die Internetseiten, die von der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. geprüft werden, stiegen seit Januar 2009 von 3,38 Milliarden bis zum Januar 2010 auf 5,07 Visits. Es ist also ein Anstieg von 50 Prozent zu verzeichnen und das allein innerhalb eines Jahres.

Auch die Sportseiten können einen großen Zuwachs verzeichnen. Sport1.de konnte innerhalb von zwei Jahren seine Visits von monatlich 24.833.293 auf 26.300.024 erhöhen (IVW Januar 2010). Die Sportseite mit den meisten Besuchern ist kicker.de mit 31.354.670 visits pro Monat. Vor zwei Jahren besuchten lediglich 18.222.486 Leute diese Seite (IVW Januar 2008).

Mit dem Anstieg der Internetnutzung geht eine Stagnation im TV Bereich und sogar ein Rückgang bei den Printmedien einher.

Während die durchschnittliche Fernsehdauer von 1988 bis 2004 um 66 Minuten auf 210 Minuten pro Tag anstieg (AGF 2009), kam es 2007 erstmalig zu einem Rückgang der Sehdauer, die allerdings auch dem Fehlen von Sportgroßereignissen zuzuschreiben ist.

„Erstmals seit Jahren nahm die durchschnittliche Sehdauer der Fernsehzuschauer pro Tag ab. Jeder Bundesbürger mit TV-Empfang saß 2007 im Schnitt 208 Minuten (2006: 212) vorm Fernseher, bei den jüngeren waren es 178 Minuten (184). Die großen Fernsehsender waren dabei die Verlierer - die kleinen die Gewinner. Vor allem weil es an großen Sportereignissen mangelte, verlor die ARD nach Marktanteilen von 14,3 auf 13,4 Prozent, wie eine Auswertung der GfK-Fernseherforschung ergab.“ (tsp/dpa 2007, o.S.)

Zu den großen Fernsehsendern gehören die ARD, das ZDF, RTL und Sat.1, die alle einen Marktanteil von mehr als 10 Prozent haben (vergleiche AGF/GfK 2009). Bereits seit Jahren scheint die durchschnittliche Sehdauer zu stagnieren. Waren es 2004 noch 210 Minuten pro Tag, so sind es 2009 212 Minuten. Das entspricht dem Stand von 2006 (AGF 2009). Im Printbereich hat sich die Reichweite der Tageszeitungen seit 1975 von 82,3 Prozent stetig negativ entwickelt und steht 2008 nur noch bei 64,2 Prozent (AWA 08). Die Tageszeitungen sind verschieden stark betroffen, doch eine sinkende Tendenz ist bei nahezu allen zu beobachten. Die Süddeutsche Zeitung verkauft seit 2005 im Schnitt 10.607 Exemplare weniger (vergleiche IVW). Das ist jedoch ein recht geringer Verlust. Die Bild-Zeitung hat dagegen mit rapiden Rückgängen zu kämpfen. Hatte man Ende 2000 noch eine Auflage von 4.264.836, sind es Ende 2009 nur noch 3.030.510 (IVW).



Abbildung 2

Auch Sportzeitschriften sind diesem Rückgang ausgesetzt. Während im Jahr 2000 jeden Montag noch 262.423 Kicker verkauft wurden, so sind es 2009 gerade noch 203.780 Exemplare (IVW). Bei der Sport Bild ist das gleiche Muster zu beobachten. Seit 2000 werden wöchentlich durchschnittlich 74.192 Exemplare weniger verkauft (vergleiche IVW). Der Trend hin zum Medium Internet blieb den meisten Herausgebern von Printmedien nicht verborgen. Besonders die Bild-Zeitung setzt vermehrt auf das Internet und ist mittlerweile in Deutschland die am neunthäufigsten besuchte Internetseite mit monatlich 128.609782 Visits (vergleiche IVW). Das verdankt sie auch dem Sportteil, der eine tragende Rolle für Bild.de spielt und auch von deren Internet-Titelseite nicht wegzudenken ist (vergleiche Abbildung 2).

Auch Tageszeitungen wie die Frankfurter Allgemeine Zeitung, die taz, die Welt und die Süddeutsche Zeitung haben alle aufsteigende Besucherzahlen auf ihren Internetplattformen zu vermelden (vergleiche IVW). Die Fernsehsender tun es den Zeitungen gleich. So kann man beispielsweise bei prosieben.de verschiedene Sendungen, die zuvor im Fernsehen kamen, „on demand“, also auf Anfrage, ansehen. Das bringt Pro7 monatlich 143.489.535 visits (IVW), und macht prosieben.de damit zu einer der beliebtesten deutschen Internetseiten überhaupt (vergleiche IVW). Die großen Printmedien und Fernsehsender haben sich auf die veränderte Interessenssituation eingestellt und ihr Angebot im Internet erweitert.

2.2 Eine einseitige Verbindung

Während bisher immer allgemein von der Verbindung Sport und Medien geredet wurde, so ist es doch meist der Fußballsport, der die Medien in Deutschland regiert. Fußball ist Volkssportart Nummer Eins in Deutschland. Das zeigt auch ganz eindeutig die jährliche Sportinteressensanalyse der AWA. 67,2 Prozent aller Deutschen ab 14 Jahren interessieren sich für Fußball. Dabei ist die Quote der Männer noch um einiges höher: Stolz 83,6 Prozent interessieren sich für den Volkssport. Gute Quoten erzielen außer Fußball noch Leichtathletik (47,7 %), Automobilrennsport (45,7), Ski-Springen (44,7%), Boxen (44,1%) und Handball (41,8%) (vergleiche AWA 09). Alle diese Sportarten haben eines gemein. Sie werden, zumindest teilweise, von einem der TV-Sender mit großem Marktanteil übertragen. Boxen kommt auf RTL (Marktanteil von 12,5 %), Leichtathletik ist das Zugpferd der Olympischen Sommerspiele und wird während dieser Zeit in der ARD und im ZDF (Marktanteil von 12,7% beziehungsweise 12,5%) übertragen. Ansonsten wird es bei Eurosport gezeigt. Automobilsport in Form von Formel 1 kommt auf RTL und Sky Sport, andere Disziplinen wie Motorrad-Trial sowie die GP-2 Serie (eine Vorstufe der Formel 1) sendet Eurosport und Ski-Springen läuft auf ARD und ZDF (seit sich RTL 2007 von der Vierschanzentournee zurückgezogen hat), der Skisprung-Weltcup (oder FIS Weltcup) wird auf Eurosport und Eurosport 2 übertragen. Beim Fußball teilen sich eine ganze Reihe von Sendern die Rechte. Sowohl Sky, DSF, ARD, ZDF, Eurosport/ Eurosport 2 und SAT 1 (Marktanteil 10,4%) übertragen Fußball. (vergleiche AGF/GfK 2009). Während die Handball Bundesliga (offiziell Toyota Handball-Bundesliga) auf DSF und die Champions League auf Eurosport/ Eurosport 2 übertragen wird, kommen die Nationalspiele

le im Ersten und im ZDF. Dort erreicht der Sport gute Quoten, wie bei der EM 2010 mit bis zu 21,8 Prozent Marktanteil (Handball World 2010).

„Das Fernsehen widmet sich wenigen populären Publikumssportarten wie Fußball, Formel 1 und Leichtathletik.“ (Gleich 2000, 511)

In den Printmedien sieht es nicht anders aus. Fußball kontrolliert in nahezu allen Tageszeitungen die Sporttitelseite. In einer Studie der „International Sports Press Survey“ im Jahre 2005 wurde dies bestätigt:

„In Deutschland, dem Ausrichter der Fußball-WM 2006, macht Fußball sogar 50% der Berichterstattung aus.“ (DOSB 2005, o.S.).



Abbildung 3

Manche Sportseiten werden fast vollständig vom Fußball verein-
nahmt. Besonders stark sticht
nicht nur der große Anteil an
Fußballartikeln heraus, sondern
auch deren Platzierung im
Printmedium. Die Artikel zum
Volkssport stehen meist auf den
ersten Sportseiten. Auch kommt
es nicht selten vor, dass die
Sport-Titelseite einer Tages-
zeitung sich fast ausschließlich
mit Fußball befasst. Ein Beleg
hierfür befindet sich in der FAZ
vom 9. November 2009. (Abbil-
dung 3).

Bei den Internetsportseiten trifft man auf die gleichen Ergebnisse. Ki-
cker.de, die beliebteste Sportseite, berichtet mehrheitlich über Fußball. Bei
sport1.de findet man ein ähnliches Bild. Die offizielle Seite der deutschen
Fußball-Bundesliga, bundesliga.de, hat monatlich 7.661.963 Visits (verglei-
che IVW 2010) und ist damit die beliebteste Seite einer deutschen Sportli-

ga. Fußball regiert den deutschen Sport. Das ist nicht nur in den Medien der Fall. Auch der Deutsche Fußball-Bund hat deutschlandweit mit 6.684.462 die meisten Mitglieder. Er ist der einzige Verband mit mindestens einer Millionen Mitglieder, der noch Zugänge vermelden kann (vergleiche DOSB 2010).

2.3 Ein großer Volkssport, viele kleine Sportarten

Doch obwohl der Volkssport Fußball alle Mediengebiete größtenteils vereinnahmt, hat man in Deutschland doch die Möglichkeit, sich über fast jede Sportart zu informieren. Wie bereits zu Beginn der Arbeit genannt, gibt es mit 83 Sportzeitschriften (gelistet in der IVW 2009), jede Menge Möglichkeiten sich über die nach IVW in 21 Bereichen untergliederten Sportarten zu informieren.

„In kaum einem anderen Printmarkt der Welt genießen Sportzeitschriften eine derart große Beliebtheit wie in Deutschland.“ (Kleinhann 2009, o.S.)

Doch die bereits angesprochene Problematik des Rückgangs der Printmedien bleibt bestehen. Die Zeitschrift „Segeln“ beispielsweise musste seit 2000 auf viele Leser verzichten und verkaufte 2009 noch 21.980 Exemplare statt wie 2000 noch 28.799 Stück (IVW Quartal 4/2000 – 4/2009). Die meisten Sportzeitschriften vermeldeten in den letzten Jahren Rückgänge. Nur einzelne Zeitschriften wie „Nature Fitness“ konnten Zugänge vermelden. Insgesamt mussten 41 von den 48 gelisteten Sportzeitschriften des Verbands Deutscher Zeitschriftenverleger Rückgänge verzeichnen. (VDZ-Auflagendienst II/2009)

Im deutschen Fernsehen besteht ebenso die Möglichkeit die sogenannten Randsportarten zu verfolgen. Berichte werden hierzu meist über die Sportsender Eurosport/Eurosport 2, DSF oder über den Bezahlsender Sky übertragen. Sportarten wie Eishockey, Biathlon, Football (Super Bowl wird von ARD übertragen), Tennis, Golf, Radsport und auch Basketball kommen alle in irgendeiner Weise zum Zuge (vergleiche TV-Sport 2010).

Doch sind die Einschaltquoten dieser Sportübertragungen oftmals unzureichend. Der ehemalige DSF-Geschäftsführer, Stefan Ziffzer, erklärt in einem Interview mit Tendenz 2/2002 die Problematik:

„Wir müssen einfach akzeptieren, dass ein Spitzenspiel im Handball oder im Basketball, wenn nicht gerade die Nationalmannschaft spielt, bei den

Zuschauern ein Bruchteil des Interesses weckt, das ein Fußballspiel erzeugt.“ (Ziffzer 2002, 14)

Im Internet gibt es bereits Seiten für alle erdenklichen Sportarten. Zusätzlich zu den offiziellen Seiten kann man sich auch noch bei den großen Sportpräsenzen wie kicker.de, Sport1.de oder spox.de über eine breite Anzahl an Sportarten informieren, obwohl auch hier der Fußball dominiert.

„Die Unterschiede in der medialen Präsenz der Sportarten sind außergewöhnlich groß. Der Volkssport Nummer 1 ist Fußball. Dann folgt ein zahlenmäßig eng begrenztes Feld an Schwellensportarten, wie z.B. Basketball oder Eishockey, die zwar ihre Spitzenwettbewerbe im Fernsehen vermarkten können, aber nach wie vor auf den Durchbruch bei den Zuschauerzahlen warten.“ (Schellhaaß 2003, 3)

3. Basketball international

3.1 Basketball Grunddaten

Als Basketball 1891 zum ersten Mal in Springfield/ Massachusetts/ USA gespielt wurde, hatte dessen Erfinder, der Kanadier Dr. James Naismith, dabei zunächst nur im Sinn, einen Hallensport zu entwerfen, um seine Studenten für die Winterzeit sportlich zu beschäftigen. Doch Basketball etablierte sich schnell in den USA und wurde vornehmlich an Colleges gespielt. Am 6.5.1946 wurde die National Basketball Association (NBA) gegründet, damals noch unter dem Namen BAA. In Deutschland begann die Basketball-Bundesliga am 1.10.1966. International wurde die Fédération Internationale de Basketball (FIBA) 1932 gegründet. Seit 1936 ist Basketball bei den Herren Teil der Olympischen Spiele, ab dem Jahre 1976 auch bei den Damen (Hagedorn/Niedlich/Schmidt 1996, 479 f).

Alle zwei Jahre wird eine Europameisterschaft ausgetragen, sowie alle vier Jahre eine Weltmeisterschaft. Verbunden mit den Olympischen Spielen kommt es dadurch zu einer Vierjahresrotation, sodass jedes Jahr ein großes Internationales Turnier ausgetragen wird. Der Ligabetrieb läuft in der NBA, in der deutschen Basketball-Bundesliga und den meisten europäischen Ligen jahresübergreifend zwischen Oktober und Juni. Die internationalen Turniere finden meist in der Zeit zwischen August und September statt. Dieses Jahr wird die Basketball Weltmeisterschaft vom 28.08.2010

bis zum 12.09.2010 in der Türkei ausgetragen (Basketball Weltmeisterschaft 2010).

3.2 Basketball als globale Sportart

Basketball gehört zu den populärsten Sportarten in den USA und hat sich seit seiner Gründung auch außerhalb der USA verbreitet. Das Spiel wurde erst nach Frankreich und Asien und später in das Baltikumgebiet sowie weitere europäische Länder gebracht (vergleiche Hagedorn/ Niedlich/Schmidt 1996, 479).

„Erst Sportler und Zuschauer und dann die Medien entdeckten schnell die Attraktivität der vergleichsweise neuen und jungen Sportart Basketball - wobei sich die Verantwortlichen auch redlich bemühten, ihre Sportart durch Regeländerungen stetig attraktiver zu machen.“ (Schabelon 2004, 63)

Während seiner gerade einmal 120 Jahre alten Geschichte ist Basketball heute eine der beliebtesten Sportarten weltweit. Einige sehen Basketball in der Zukunft sogar als Weltsport Nummer Eins:

„Don't be surprised if sometime in the 21st century basketball takes its place atop the sporting community as the most popular sport in the world.“ (Sachare 1994, 224)

Auch Julian Borger von The Guardian, einer großen britischen Tageszeitung, glaubt daran, dass Basketball Fußball als beliebtesten Sport ablösen könnte.

„Now, football is set to lose its crown – and money – as basketball overtakes it as the world's favourite game.“ (Borger 2008, o.S.)

Er begründet dies mit der großen Rolle Chinas und dessen großen Interesse an Basketball. Laut Borger spielen fast 12 Prozent der chinesischen Bevölkerung Basketball. Dagegen sind gerade einmal halb so viele Chinesen beim Fußball aktiv. Aber nicht nur im bevölkerungsreichsten Land der Erde sieht Borger die Stellung von Basketball vor dem Fußball angesiedelt. Er begründet dies durch die Anzahl der Personen, die den Sport ausüben.

„The international football body, FIFA, estimates there are 270 million people around the world playing football. Its basketball equivalent boasts 450 million.“ (Borger 2008, o.S.)

Die 450 Millionen Basketballspieler werden auch von der FIBA bestätigt (FIBA 2007). Jedoch ist dies kein Anzeichen für die mediale Präsenz weltweit. Fußball gilt weiterhin als der am meisten verfolgte Sport. Auch die Statistik der reichweitenstärksten Sportevents 2009 unterstreicht das. Das Sportereignis mit den meisten Zuschauern war ein Fußballspiel (vergleiche Abbildung 4)

Übersicht reichweitenstärkste Sportevents 2009 im TV				
<i>Rank</i>	<i>Sportart</i>	<i>Event</i>	<i>Durchschnitt*</i>	<i>Gesamt*</i>
1	Fußball	Champions League Finale Barcelona vs. ManUnited	109	206
2	American Football	NFL Super Bowl XLIII Steelers vs Cardinals	106	162
3	Formel 1	FIA- Weltmeisterschaft Grand Prix von Bahrain	54	115
4	Leichtathletik	IAAF Weltmeister- schaft 100-Meter- Finale der Männer	33	95
5	Tennis	Wimbledon-Finale (Männer) Roger Federer vs. Andy Roddick	29	89
6	Baseball	World Baseball Classic Fi- nale Japan vs. Südkorea	27	82
7	Baseball	MLB World Series - Spiel 6 Phillies vs Yankees	26	72
8	Basketball	NBA Finals - Spiel 5 Lakers vs. Magic	26	59
9	Golf	US Masters (Finaltag)	21	49
10	Badminton	Sudiman Cup-Finale Südkorea vs. China	19	56

*in Mio. Zuschauer

Abbildung 4

Wie man erkennen kann ist auch ein Basketball Finalspiel der NBA auf Platz acht in der Liste zu finden. Im Vergleich dazu ist in Europa Fußball immer noch eindeutig der Mediensport Nummer eins. Dies belegt die Stu-

die „European Football“ im Auftrag von Sportfive, die die Kernmärkte in England, Frankreich, Deutschland, Italien und Spanien betrachtet. Fußball ist für 52 Prozent der Befragten die beliebteste TV-Sportart. Basketball ist mit 10 Prozent immerhin auf dem fünften Platz hinter Tennis, Leichtathletik und Formel 1. Am beliebtesten ist Fußball europaweit in Deutschland mit 81 Prozent. (vergleiche Oedinger 2009, 32) und bestätigt einmal mehr dessen überragende Bedeutung in den deutschen Medien. Eine Studie der TGI Europe in den europäischen Märkten Großbritannien, Frankreich, Spanien und Deutschland zeigte, dass sich in diesen Märkten 33 Millionen Basketballfans befinden (FIBA 2006).

Doch Basketball ist nicht nur in den Kernmärkten Europas sowie China präsent. Basketball wird nahezu überall in der Welt gespielt. Und nirgendwo zeigt sich diese zunehmende Globalisierung deutlicher als in den Zahlen der Ausländer in der NBA.

3.4 NBA, Nationale Liga mit weltweitem Interesse

In der nordamerikanischen Basketball Profiligen NBA spielten im Jahr 2000 36 sogenannte „international players“, also Spieler, die nicht aus den USA stammten. Seit dem Start in die Saison 2009/2010 sind es bereits 83 Spieler aus 36 Ländern, darunter Spieler aus den meisten Ländern Süd- und Mittelamerikas, Australien, China, Neuseeland, Iran, Senegal und Tansania sowie aus fast allen Ländern Europas. (Türkei, Russland und Israel werden beim Basketball, ähnlich wie in anderen Sportarten, als Teil Europas gesehen und spielen in der Europameisterschaft und der Euroleague mit.) Die größten Spieleranteile haben Argentinien, Frankreich, Serbien, Slowenien und Spanien (vergleiche NBA 2009). Die NBA ist die absolut bedeutendste Profi-Basketball-Liga der Welt, in der Spieler am besten bezahlt werden. Auch Deutschlands Topverdiener im Sport spielt in der NBA: Dirk Nowitzki mit einem Jahresgehalt von 14,5 Millionen Euro (rp-online 2009). Dabei galt die NBA lange Zeit als nationale Liga, in der nur selten internationale Spieler ihr Geld verdienten. Erst als David Stern am 04.02.1984 das Oberhaupt der NBA wurde (die offizielle Bezeichnung lautet: Commissioner), begann sich die Liga zu öffnen. Seit dieser Zeit fanden bereits Spiele mit NBA-Mannschaften in England, Frankreich, Spanien, Russland, Italien, Türkei, Israel, Litauen, China, Taiwan, Japan, Mexiko, Puerto Rico, auf den Bahamas sowie in Deutschland (Berlin, München, Köln, Hagen) statt. Zusätzlich sind im Jahr 1995 zwei kanadische Teams in die NBA hinzugekommen: die Toronto Raptors und die Vancouver Grizzlies, von denen aber

nur noch die Raptors auf kanadischem Boden spielen. (Seit 2001 spielen die Grizzlies in Memphis / Tennessee /U.S.A, da der Umzug sowie die Neugründung einer Mannschaft in der NBA möglich ist.)

„Nicht zuletzt dank zahlreicher Gastauftritte von NBA-Teams in verschiedenen Ländern wuchs die weltweite Popularität der Liga weiter. Fans und Medien strömten in Massen zu diesen Spielen: 1996 spielten die New Jersey Nets und Orlando Magic zwei Mal vor insgesamt über 75.000 Zuschauern im Tokyo Dome.“ (Hareas 2004, 69)

Die Liga hat schon längst den Status einer Nationalen Liga abgelegt, dies ist dem wachsenden internationalen Interesse geschuldet. Die Vorteile einer wachsenden globalen Beliebtheit haben sich bereits in der Umsatzstruktur niedergeschlagen. Der Umsatz der NBA beträgt drei Milliarden Euro, „von denen immerhin 20 Prozent in Europa erzielt werden.“ (Sonnleiter 2008, o.S.) Dieser immense Umsatzanteil lässt den NBA-Commissioner an eine Expansion denken. Es wird bereits über NBA Teams geredet, die außerhalb Nordamerikas stationiert werden sollen. Auch einige europäische Städte sind im Gespräch.

„Der NBA-Commissioner verfolgt offenbar weiter den kühnen Plan, innerhalb der kommenden sechs bis acht Jahre den Spielbetrieb auf Europa auszuweiten. Gleich mehrere Teams aus Metropolen wie London, Paris, Madrid oder Mailand, in denen die NBA bereits Büros eingerichtet hat, sollen um den Titel mitspielen.“ (Spox 2009, o.S.)

Der Commissioner, David Stern, sieht die Erweiterung nach Europa als sehr wahrscheinlich an. Er äußerte sich im Oktober 2009 dazu.

„There's some good possibility over the course of many years, that if there's appropriate arena development in Europe, there could be actual NBA franchises in Europe.“ (Stern 2009, o.S.)

Durch die Ausweitung erhofft sich die Liga, ihre bereits riesige Reichweite noch einmal auszubauen. Die NBA gilt als eine der bekanntesten Sportligen weltweit. Das All-Star Game 2010, in dem die besten NBA Spieler aufgeteilt werden in die West- und die Ostmannschaft, wurde in 215 Ländern in 41 Sprachen gesendet (Sports.yahoo 2010). Im Stadion selbst waren 108.713 Zuschauer (NBA 2010). Das ist Besucherrekord für ein NBA Spiel.

In Deutschland gab es das Spiel nur auf dem Pay-TV Sender Sky zu sehen.

4 Basketball in Deutschland

4.1 Wie beliebt ist Basketball?

Während Basketball weltweit an die Tür von „König Fußball“ klopft, sieht es in Deutschland ganz anders aus. Obwohl er sich in Europa rings um Deutschland längst ausgebreitet hat, spielt er hier weiterhin eine untergeordnete Rolle. Spanien zählt 303.696 Mitglieder in Basketballvereinen, Frankreich hat 408.286 Mitglieder, England hat 342.000 und Italien hat 199.164 Vereinsmitglieder (vergleiche FIBA 2003/2004). Deutschland steht, trotz rund 82 Millionen Einwohnern (Statistisches Bundesamt Deutschland 2009) und damit als das mit Abstand bevölkerungsstärkste dieser Länder, hinter den anderen europäischen Großmärkten mit 190.882 Vereinsmitgliedern (DOSB 2010). Im deutschen Vergleich steht der Basketball-Bund auf Platz Nummer 19 der mitgliederstärksten Verbände. Damit rangiert er hinter dem Tanzsportverband mit 211.229 Mitgliedern und dem Badminton-Verband mit 213.631 Mitgliedern (vergleiche DOSB 2010). Wie bereits zu Anfang erwähnt (2.1 Eine Verbindung mit Tradition) steigen die Zahlen des Sportbundes noch leicht. Beim Basketball-Bund sieht das anders aus. 2001 waren es noch 193.788 Mitglieder (DOSB 2001). Damit steht Basketball nicht alleine, sowohl der Tanzsport- als auch der Badminton-Bund müssen sinkende Mitgliederzahlen vermelden. Insgesamt registrieren von den 20 mitgliederstärksten Verbänden im letzten Jahr zehn einen leichten Rückgang. Aufgefangen wird das durch den starken Zuwachs beim Fußball-Bund, der mehr als 100.000 neue Mitglieder im letzten Jahr bekam (vergleiche DOSB 2010).

Auch das allgemeine Interesse am Basketball ist in Deutschland gering. Es interessieren sich gerade einmal 14,53 Millionen Menschen ab 14 Jahren dafür. Das entspricht einer Quote von 14,53%. Damit steht Basketball in dem Gesamtinteresse von Sportarten auf Platz 22. Zum Vergleich: Es interessieren sich mehr Leute für den Fußballverein Hannover 96 mit 23,2 Prozent und einer Gesamtzahl von 15,05 Millionen ab 14 Jahren (vergleiche Sportprofile AWA 2009). Basketball Bundestrainer Dirk Bauermann sieht die Situation des Basketballs in Deutschland folgendermaßen:

„Die Nationalmannschaft hat in vergangenen Jahren einige Erfolge gehabt. Sie waren bei Olympia dabei, zuletzt bei der Europameisterschaft in Polen

haben wir ohne Dirk Nowitzki für viele Überraschungen gesorgt. Insofern geht es dem Basketball in Deutschland nicht schlecht. Die 1.Liga hat einen Sponsor, das DSF überträgt 56 Spiele, die Hallen sind voll.“ (Bauermann 2009. In einem Interview mit WAZ-Redakteur Markus Rensinghoff)

Schlecht geht es dem Basketball in Deutschland wirklich nicht. Trotz der genannten Probleme wie mangelnder Interesse und der Rückgang von Mitgliederzahlen gab es im Jahr 2009 einige positive Nachrichten zur vermelden. In der Saison 2008/2009 wurde mit insgesamt 1.294.045 Zuschauern in den Basketballhallen ein neuer Rekord gesetzt (Oedinger 2009). Gerade in den Play-offs, der Endrunde jeder Basketballsaison, waren die Hallen im Schnitt 91,27% ausgelastet (BBL Zuschauerzahlen 2009). Auch der Umsatz der BBL stieg im letzten Jahr von 50 Millionen auf 59 Millionen an (Kuske 2009).

4.2 Das Problem fehlender Identifikationsfiguren

4.2.1 Deutscher Basketball als Ein-Mann Sport

Dass Deutschland als Basketballnation nicht schlecht dasteht, zeigt die FIBA Weltrangliste. Hier steht Deutschland aktuell auf Rang sieben (FIBA Weltrangliste 2009). Das gute Abschneiden international ist allerdings auch einem einzelnen Spieler zu verdanken: Dirk Nowitzki (Die EM 09 ohne Nowitzki machte das deutlich. Mit nur einem Sieg aus fünf Spielen verpasste man das Viertelfinale). Der Basketballspieler aus Würzburg ist auch einer der beliebtesten Sportler in Deutschland. Gerade die Jahre 2001 und 2002 waren für die Beliebtheit von Nowitzki von entscheidender Bedeutung.

„Nowitzkis Beliebtheit explodierte förmlich, als er Deutschland im Sommer 2001 zu einem hervorragenden vierten Platz bei der Europameisterschaft in der Türkei führte. Die Teilnahme am NBA All-Star Game sowie die Bronzemedaille bei den Weltmeisterschaften vergangenes Jahr taten ihr Übriges.“ (Berendt 2002, o.S.)

Auch in der Wahl zum Sportler des Jahres 2002 wurde Nowitzki zweiter. Dabei ließ er sogar Größen wie Michael Schumacher hinter sich. Einzig der Gesamtsieger der Vierschanzentournee Sven Hannawald war in der Wahl vor Nowitzki (vergleiche Spiegel 2002, o.S.). Roland Geggus, der Präsident des Deutschen Basketball Bundes von 1994 - 2006 (mittlerweile Ehrenpräsident), beschreibt Nowitzkis Beliebtheit folgendermaßen:

„Nowitzki hat inzwischen den Status eines Pop-Stars erreicht.“ (Geggus 2002, o.S.)

Dies belegt auch seine Benennung zum Fahnenträger bei den Olympischen Spielen. Dabei galt es zuvor als ungeschriebenes Gesetz, dass gestandene Olympioniken bessere Kandidaten seien (vergleiche Gödecke 2008, o.S.).

Doch Deutschlands Top-Basketballspieler ist gleichzeitig die einzige Identifikationsfigur. Vergleicht man die Bundesrepublik hier mit anderen europäischen Nationen so ist schnell klar, dass diese auf mehrere Top-Basketballer zurückgreifen können. Frankreich hat alleine zehn Spieler in der NBA (z.B. Tony Parker, Boris Diaw, Ronny Turiaf), Italien drei (z.B. Andrea Bargnani, Danilo Gallinari), Großbritannien drei (z. B. Loul Deng) und Spanien hat fünf Spieler (z.B. Pau Gasol, Rudy Fernandez, Jose Manuel Calderon) in der besten Basketball Liga der Welt. Dazu kommen noch viele weitere, die innerhalb der großen europäischen Ligen in Spanien, Italien, Griechenland, Russland und Israel erfolgreich sind (z. B. Florent Piétrus, Flinder Boyd, Robert Archibald, Gianluca Basile, Massimo Bulleri, Ricky Rubio, Juan Carlos Navarro, Felipe Reyes, Jorge Garbajosa). Dagegen spielt kaum ein deutscher Spieler in einer der großen internationalen Ligen. Aktuell spielen von der deutschen Basketballnationalmannschaft gerade einmal zwei Spieler in einer dieser Ligen: Sven Schultze bei Angelico Biella in Italien und Demond Greene bei Gymnastikos Olympia Larissa in Griechenland. Die Stars der deutschen Beko BBL sind meist Amerikaner. Es gibt nur ganz wenige Teams, die auf deutsche Spieler setzen. Mittlerweile wurden sogar aufgrund der schlechten Situation Maßnahmen ergriffen, um mehr deutsche Spieler in die Kader zu integrieren. Dass es auch mit deutschen Spielern funktionieren kann, zeigen bereits manche Teams. Frank Buschmann, seit 1993 Basketballkommentator für das DSF, antwortet auf die Frage, was er von der Bestimmung hält, dass jeder Verein mindestens vier Deutsche im Kader haben muss.

„Man sieht ja übrigens in Braunschweig, wo man mit Heiko Schaffartzik und Yassin Idbihi zwei Spieler hat, die eine richtig gute Rolle spielen, dass es funktionieren kann. Oder in Bonn mit Johannes Strasser und Tim Olbrecht.“ (Buschmann.2009. Im Interview mit David Nienhaus von der WAZ)

Doch noch ist der hohe Ausländeranteil in der deutschen Liga ein großes Problem für das Publikumsinteresse. Dessen ist sich auch Basketball Bundestrainer Dirk Bauermann bewusst.

„Im Basketball haben wir das Problem des unglaublich großen amerikanischen Spielermarktes. Im letzten Jahr gab es in der BBL einen Anteil deutscher Spieler von knapp 20, eher 15%.“ (Bauermann 2009, o.S.)

Warum ein so geringer Anteil an deutschen Topspielern, gerade aus Sicht der Medien, ein so großes Problem darstellt, erklärt Uli Gleich:

„Die Sportberichterstattung in Deutschland konzentriert sich stark auf Aktive des eigenen Landes: Rund 60% der Handlungsträger in Print und Fernsehen sind Deutsche. Die Bezugnahme auf nationale Symbole lässt sich sowohl im TV- als auch in Printpräsentation feststellen.“ (Gleich 2000, 513)

Ein schlagendes Beispiel für das Fehlen deutscher Top-Spieler bot in der jüngeren Vergangenheit das Tennis. Was passieren kann, wenn es an Vorbildern aus dem eigenen Land mangelt, zeigt auf eindrucksvolle Weise der deutsche Tennissport.

4.2.2 Exkurs: Tennis als Beispiel

Der deutsche Tennis-Verband war auf einem absoluten Höhepunkt, bevor im Jahr 1999 sowohl Boris Becker als auch Steffi Graf ihren Rücktritt vom aktiven Sport bekannt gaben. Seit diesem Jahr geht es mit dem Tennis in Deutschland bergab.

„Nach dem Rücktritt von Boris Becker und Steffi Graf verschwand zudem auch noch Tennis vom Bildschirm.“ (Kittel 2002, 26)

Es gibt keine neuen Vorbilder mehr. Zwar können einzelne Spieler gelegentlich Akzente setzen, wie das Erreichen des Halbfinals von Rainer Schüttler und Tommy Haas 2008 beziehungsweise 2009 in Wimbledon, aber für konstant gute Leistungen reichte es nicht. Tommy Haas konnte zwar für einige Wochen im Jahr 2002 in der Weltrangliste auf den zweiten Platz vorrücken, doch dauerhaft schaffte es kein Deutscher mehr auf die Top Plätze (vergleiche ATP Statistik).

Seit dem Rücktritt der beiden Tennis Ikonen geht es auch mit den Mitgliederzahlen im Deutschen Tennis-Bund rasant zurück. Hatte dieser 2001

1.987.049 Mitglieder (DOSB 2001), so waren es 2009 nur noch 1.569.641 (DOSB 2009) Diese Entwicklung lässt sich auch in den Medien betrachten. Im Printbereich musste die Sportzeitschrift „Tennis Magazin“ seit 2000 auf die Mehrheit der Leser verzichten und verkauft 2009 gerade noch 22.587 Exemplare statt wie 2000 noch 62.419 Stück (IVW Quartal 4/2000 – 4/2009). Auch im Fernsehen sieht es nicht anders aus.

„Deutschland ist das einzige Land unter den Hauptmärkten, indem das internationale Fernsehpaket nicht zu sehen ist - nicht ohne Grund. Tennis als TV-Sportart ist so unbeliebt wie vor dem Boris-Becker-Boom Ende der 80er Jahre. Es fehlt (seit Jahren) ein sportlicher Massenmagnet.“ (Müksch 2009, o.S.)

Den Rückgang des Tennissports kann man auch nicht mit der internationalen Situation erklären. Im Gegenteil: Die Preisgelder stiegen in der Saison 2009 mit 80,7 (Müksch 2009) für die ATP auf das höchste Niveau jemals.

„International erlebt Tennis einen echten Boom. Die Stadien in London, Paris, New York sind gefüllt.“ (Becker 2010. Im Interview mit SportBild, 67)

Nur in Deutschland scheint der Tennissport rückläufig zu sein. Wenn das Fehlen von Publikumsmagneten schon einen Traditionssport wie Tennis mit über einer Millionen Mitglieder in Deutschland zu einem akuten Rückgang drängt, so ist es nur natürlich, dass das dieses Fehlen dem Basketballsport, der in Deutschland noch nie eine große Basis an Interessierten hatte, große Probleme bereitet und ihn an seiner Entwicklung hindert.

5. Basketball in den deutschen Medien

5.1 Basketball in den Printmedien

5.1.1 Exemplarische Rundreise durch gedruckte Seiten

5.1.1.1 Überregionale Zeitung für überregionalen Sport

Die Bild-Zeitung als auflagenstärkste Zeitung Deutschlands geht in ihrem Sportteil fast ausschließlich auf Fußball, Formel 1 und Boxgroßveranstaltungen ein. Andere Sportarten kommen kaum vor. Bei der Sportbild bietet sich ein ähnlicher Anblick. Fußball erhält den Löwenanteil, Formel 1 und

Boxen nehmen die Plätze zwei und drei ein. Jegliche andere Sportart genießt nur ein Randdasein, kommt nicht über gelegentliche Artikel hinaus und wird kaum berücksichtigt.

Im Zeitraum zwischen dem 08.03.2010 bis zum 22.03.2010 enthielt die Süddeutsche Zeitung montags einen mittelgroßen Bericht (zwischen 300 und 600 Worten) über ein Spiel der Basketball Bundesliga sowie in der Rubrik „Aktuelles in Zahlen“ die Ergebnisse der BBL der Frauen und Herren und jeden Tag die Ergebnisse der NBA. Über die NBA wird nicht regelmäßig berichtet. Nur als Dirk Nowitzki mit seiner Mannschaft Dallas Mavericks die längste Siegesserie der Saison gelang, erschienen mehrmals Artikel. Als diese beendet war, wurde nicht weiter berichtet. Die Übernahme eines NBA Teams von Michael Jordan wurde mit einem großen Bericht gewürdigt (932 Worte). Zusätzlich erschien in unregelmäßigen Abständen ein kleiner Artikel (ca 250 Worte) über Basketball in der Kategorie „Kurz gemeldet“ sowie ein Artikel über eine Sprinterin, die zum Profi-Basketball gewechselt hat. Hier ist aber eher die Person als der Sport im Vordergrund (vergleiche Süddeutsche Zeitung 08.03.2010 bis 22.03.2010).

In der Frankfurter Allgemeinen Zeitung sind im gleichen Zeitraum sehr ähnliche Artikel erschienen, jedoch ist der Umfang durchgehend gering (meistens ca 100 Worte). Die FAZ berichtete jedoch über das Ende der Siegesserie von Dallas (121 Worte). Die weiteren Spiele blieben aber unbeachtet (vergleiche FAZ vom 08.03.2010. bis 22.03.2010). Erstaunlich ist die durchgängige Kürze der Texte allemal, denn zu Beginn der Saison 2009/2010 berichtete die FAZ über die Titelchancen der Telekom Baskets Bonn in einem großen Artikel mit fast 800 Worten (FAZ 12.09.2009). Über die Frankfurter Mannschaft selbst steht in der kompletten Zeitung nichts außer dem Ergebnis, obwohl die Mannschaft nur knapp und erst in der Verlängerung gegen Trier verlor. Insgesamt gab es nur diesen einen Basketballbericht sowie die Ergebnisse. Diese sind aber ausführlich über die Bundesliga der Damen und Herren mit jeweils der Tabelle sowie alle Ergebnisse der NBA des Wochenendes und der Euroliga bei deutschen Beteiligungen. (Zu diesem Zeitpunkt im Oktober hat die NBA Saison noch nicht begonnen, daher gab es in diesem Fall keine NBA Ergebnisse.) In der Montagsausgabe sind die Basketballberichte im Regelfall erst auf der letzten Sportseite, Seite sechs. Die Ergebnisse stehen in der Rubrik Sport in Ergebnissen sehr weit vorne aufgrund der alphabetischen Anordnung. Die ersten drei Seiten gehören fast ausschließlich dem Fußball. In Tageszeitungen während der Woche (Dienstag bis Samstag) gibt es meist nur drei Sportseiten, die sich wenig oder überhaupt nicht mit Basketball beschäftigen. Wenn über die NBA berichtet wird, so wird gezielt über den deutschen

Ausnahmesportler Dirk Nowitzki als Identifikationsfigur für das eigene Land (vergleiche 4.2.1 Das Problem fehlender Identifikationsfiguren) berichtet. Zusätzlich befinden sich gelegentliche Artikel in der Rubrik: Sport in Kürze,



wie eine Zusammenfassung des Basketball-Bundesliga Spieltages, oder wie in diesem Beispiel eine Besonderheit, die weniger mit dem Sport als mit einer Nachricht zusammenhängt. (Abbildung 5)

Die Rhein-Main-Zeitung, eine Beilage der FAZ für das gleichnamige Gebiet, beschäftigt sich mit den lokalen Mannschaften wie der Basketballmannschaft Frankfurt Skyliners. Hier sind zum Teil große Artikel über den Erstligisten abgedruckt. Die Rhein-Main-Zeitung ist eine Regionalbeilage, vom Zeitungstyp vergleichbar mit den regionalen Zeitungen.

Abbildung 5

5.1.1.2 Nationalmannschaft mit großen Artikeln

Auffällig bei beiden Zeitungen sind die Artikel zu den internationalen Turnieren, wie der Europameisterschaft 2009 vom 07.09.2009 bis zum 22.09.2009. In dem Zeitraum um die EM wurden neun Artikel in der Süddeutschen Zeitung über die deutschen Basketballer abgedruckt, dabei hatten diese gerade einmal sechs Spiele. Ebenfalls erstaunlich war die Größe der Artikel, die dreimal um die 800 Worte umfassten. Auch wurden Themen im Zusammenhang mit der EM beleuchtet. Die problematische Vereinssituation einiger Spieler wurde gezeigt oder die Absage Dirk Nowitzkis als Anregung für Nachwuchsarbeit. Nach dem Ausscheiden der Deutschen wurde es dann ruhiger, nur noch der Europameister Spanien konnte sich eine Kurznachricht über den Sieg sichern. In diesem Kontext gab es auch einen großen Artikel über die spanische Basketballgeneration. Die Frankfurter Allgemeine Zeitung berichtete öfters. Ganze elf Artikel über die Nationalmannschaft kamen im Zeitraum von 05.09.2009 bis zum 22.09.2009

zusammen. Der Umfang der einzelnen Artikel war meist um die 300 - 500 Wörter, also im Vergleich zur Süddeutschen geringer. Einzig das Portrait von Nationalspieler Patrick Femerling hatte über 700 Worte (849). Zusätzlich erschienen vier Artikel über andere Nationalmannschaften. Auch hier wurden die Ergebnisse angegeben in den Formaten „Aktuelles in Zahlen“ in der Süddeutschen Zeitung sowie „Sport in Ergebnissen“ in der FAZ.

5.1.1.3 Lokaler Sport im Vordergrund

Während die großen überregionalen Zeitungen genau wie die Sportzeitschriften nur über deutschlandweite Basketballereignisse oder über die NBA schreiben, so steht in den regionalen Zeitungen der Lokalsport im Vordergrund. Während auch hier Fußball das Geschehen bestimmt, so richten sich diese Zeitungen auch an dem lokalen Sporterfolg aus. Bei sportlichen Erfolgen kann dies sogar zu Erwähnungen auf der Titelseite führen. Dafür müssen aber auch die weniger beliebten Sportarten Platz für das regionale Interesse machen. Auch Basketball ist davon betroffen. Als die Dallas Mavericks, das NBA-Team von Dirk Nowitzki im Jahr 2006 die Meisterschaft nur knapp verpassten, reichte es beispielsweise in der Rhein-Neckar-Zeitung, der regionalen Tageszeitung in Nordbaden mit einer Auflage von 93.278 (IVW 4/2009), nur für eine kleinere Anzeige (Abbildung 6), da sich der große Artikel mit dem Hoffenheimer (Hoffenheim liegt mitten



Abbildung 6

im RNZ-Verbreitungsgebiet) Trainerstab befasste. Die Finalniederlage der Mannschaft des besten deutschen Basketballspielers aller Zeiten musste also einem Bericht über die Trainer von Hoffenheim Platz machen, das damals noch in der Regionalliga spielte. Das Ganze geschah außerhalb der Fußball-Bundesligasaison am 22. Juni. Auffällig ist hier wieder einmal der Bezug auf den deutschen Sportler Dirk Nowitzki. Erst im Untertitel wird auf den „verpassten NBA-Triumph“ der Mannschaft aus Dallas Bezug genommen. Auch der Artikel befasst zu einem großen Anteil mit der Person Dirk Nowitzki.

5.1.3 Kreisstadt mit Erstligaverein

Dass lokaler Sport im Vordergrund steht, kann auch das Heranziehen der Ludwigsburger Kreiszeitung mit einer Auflage von 40.478, (IVW 4/2009) bestätigen. In diesem speziellen Fall ist das für den Basketball jedoch förderlich. In Ludwigsburg, nördlich von Stuttgart gelegen mit 87.207 Einwohnern (Landratsamt Ludwigsburg 2008), ist seit dem erneuten Aufstieg 2002 (erstmalig 1980) eine örtliche Mannschaft in der Basketball-Bundesliga: das Team EnBW Ludwigsburg. Bereits zum ersten Spiel in der Basketball-Bundesliga wurde fast eine komplette Sportseite darüber berichtet. Diesen Platz nimmt der Basketball bis heute in den Montagsausgaben in Anspruch. Zusätzlich hat sich Basketball auch außerhalb der Lokalmannschaften zu einem festen Bestandteil etabliert. Das Saisonspiel der Basketballspitzenteams bekommt beispielsweise einen Bericht sechs Tage im Voraus und erhält zusätzlich den Vorrang vor einem Tennis WTA-Master-Turnier (vergleiche LKZ 12.11.2007, 21) . Generell kann man sagen, dass die Ludwigsburger Kreiszeitung überdurchschnittlich viel über Basketball berichtet. Durch den Lokalverein hat die gesamte Basketballberichterstattung einen Aufwind bekommen. Auch die Beliebtheit des Basketballsports in Ludwigsburg steigt mit dem sportlichen Erfolg der Mannschaft EnBW Ludwigsburg und dem damit verbundenen gestiegenen Medieninteresse. Seit 2006 sind die Mitglieder des Vereins BSG Baskets Ludwigsburg von 245 (DBB.2007), gemessen an der Anzahl der Teilnehmergegenstände, auf 290 gestiegen (DBB.2010). Damit hat der Verein in nur vier Jahren 45 Mitglieder dazu gewonnen. Erich Wagner, Sportredakteur der Ludwigsburger Kreiszeitung, sieht die Bedeutung des Basketballs folgendermaßen:

„Basketball ist in Ludwigsburg beim Publikum die Sportart Nummer eins. Die Aufwertung zu einer großen Basketball-Tabelle seit letztem Jahr, ähnlich wie bei der Fußball-Bundesliga, ist ein Zeichen für die zunehmende Bedeutung in der Ludwigsburger Kreiszeitung. Diese wird auch dadurch deutlich, dass immer wieder Basketballbilder von Spielen auf der Titelseite zu finden sind.“ (Wagner.2010) (vergleiche Abbildung 7)



Abbildung 7

5.1 Das größte Basketballmagazin Deutschlands

In den Reihen der Sportzeitschriften befindet sich auch die Basket, die sich selbst bewirbt als Deutschlands größtes Basketballmagazin. Das Magazin erscheint 10 mal jährlich. Die Zeitschrift wurde 1994 erstmals verkauft und erlebte in der Michael Jordan Ära, der als bester Basketballspieler aller Zeiten gilt, seine erste Hochphase mit monatlich 44.920 verkauften Exemplaren (IVW 1/1998). Jordan schaffte es sogar mit seiner Mannschaft, den Chicago Bulls dreimal hintereinander auf die Titelseite (vergleiche Basket 6/1998 – 9-10/1998). Nach dessen Rücktritt sank das Interesse am Basketballsport rasant. Die BASKET musste einen herben Rückschlag erleben und verkaufte im Jahr 2001 zwischenzeitlich nur noch 22.027 (IVW 1/2001).

„Es ist kein Geheimnis, dass das Fan-Interesse etwas abgenommen hat, nachdem die alte Garde der legendären Spieler abgetreten war.“ (Voigt 2002, o.S.)

Doch mit dem Aufstieg Nowitzkis (vergleiche 4.2.1 Deutscher Basketball als Ein-Mann Sport) schnellten die Verkaufszahlen 2002 wieder auf 44.873 Stück hinauf (IVW 4/2002). Seit dieser Zeit widmet die Zeitschrift dem deutschen Sportler erhebliche Aufmerksamkeit. Seit Anfang des Jahres 2005 bis zur aktuellen Ausgabe 4/2010 ist Nowitzki auf zehn der 54 Ausgaben auf der Titelseite. Andere Spitzenspieler der NBA wie Kobe Bryant oder LeBron James befinden sich im gleichen Zeitraum zwischen sechs- und achtmal auf dem Cover. Viel deutlicher zeigt sich die Präsenz des Deutschen in der Anzahl der Artikel über ihn. In 29 Ausgaben und damit in mehr als jeder zweiten Ausgabe befindet sich ein Bericht oder ein Interview mit dem Sportler aus Würzburg. Dabei sind noch keine Berichte über seine Mannschaft, die Dallas Mavericks, berücksichtigt. Auch auf dem Titelbild befindet sich meistens Nowitzki. Auf 64,81 Prozent der Titelseiten seit 2005 wird er erwähnt. Doch das alles ändert nichts an dem schwindenden Interesse für das Magazin. Wie so viele Printmedien beklagt auch die Basket einen akuten Rückgang der Verkaufszahlen. Die Sportzeitschrift verkauft monatlich nur noch 22.414 Stück (IVW 4/2008). Als es im Sommer des Jahres 2007 dem Basketball drohte aus dem Fernsehen gestrichen zu werden, rief Basket zu einer E-Mail Aktion auf. Dabei wurden die Leser aufgefordert, Protest-Mails gegen das geringe Fernsehangebot an die Redaktion zu schreiben, die weitergeleitet wurden. Zu diesem Zeitpunkt war weder ein Fernsehvertrag mit der NBA noch der BBL abgeschlossen worden und abgesehen von der Nationalmannschaft lief der Basketball Gefahr komplett aus dem Fernsehen zu verschwinden. In der Ausgabe für September und Oktober 2007 folgte darauf eine Aktion mit dem Slogan: „Basket fordert: Mehr Basketball im TV. Stoppt die TV-Armut“.

„Der Grund ist simpel: Es kommt einfach zu wenig Basketball im Fernsehen.“ (Killic 2007, 88)

5.2 Basketball im Fernsehen

5.2.1 Basketball-Bundesliga, ein Quotenkiller

Nachdem 2003 das Sportmagazin ran-Sat.1 Basketball, das sowohl die NBA als auch die Basketball Bundesliga zeigte, auf dem gleichnamigen Sender eingestellt wurde, berichtete nur noch das DSF über die Basketball Bundesliga. Doch auch das Deutsche Sport Fernsehen strich 2004 die BBL aus dem Programm. Der Vertrag, der eigentlich noch die nächste Saison 2004/ 2005 beinhaltete, wurde vom Fernsehsender ein Jahr früher beendet. Der Sender benutzte dafür seine Ausstiegsklausel. Als Begründung wurde von dem damaligen BBL Commissioner Otto Reintjes folgendes angegeben:

„Die gemeinsam formulierten Ziele haben wir in sechs Jahren nicht erreicht.“ (Reintjes 2004, o.S.)

In diesen sechs Jahren konnte sich die BBL niemals aus dem Randdasein befreien. Rund 120.000 Zuschauer (netzeitung.de.2004) sahen die Spiele. Das letzte Finalspiel der Playoffs 2004 zwischen Frankfurt und Bamberg am 13.06.2004 brachte nur 150.000 Zuschauer und einen Marktanteil von gerade einmal 0,6 Prozent (AGF/ GfK-Fernsehforschung. 2010). Das reichte dem DSF nicht aus und die Zusammenarbeit wurde beendet. Daraufhin übernahm das Pay-TV-Unternehmen Premiere die Ausstrahlung der BBL. Aber auch hier wurde die Zusammenarbeit nach drei Spielzeiten beendet. Es folgte eine Durststrecke ohne TV Vertrag. In dieser Zeit, der Spielzeiten 2007/2008 und 2008/2009, wurde ein neues Modell ausprobiert: Sportdigital.tv. Hierbei handelt es sich um Internet-Fernsehen. Im Jahr 2008 kam zusätzlich zu der bereits bestehenden Möglichkeit über Internet zu schauen, die Möglichkeit hinzu, den Sender auch kostenpflichtig über Kabel oder Satellit zu empfangen. Zum Start der Playoffs 2009 stieg Eurosport in Kooperation mit Sportdigital.tv erstmals in die Übertragung der BBL ein und sicherte somit wieder einen Platz im freien Fernsehen. Der Geschäftsführer der Eurosport Media GmbH Bernd Daubenmerkl äußerte sich hierzu folgendermaßen:

„Basketball hat in den letzten Jahren bei uns an Bedeutung zugenommen. Der Eurocup gehört von Anfang an zu den Live-Aushängeschildern bei Eurosport 2, in diesem Jahr übertragen wir zum ersten Mal auch das Final Four der Euroleague in Berlin bei Eurosport. Deshalb ist für uns auch die

Übertragung der BBL-Playoffs eine tolle Erweiterung unseres Angebotes im Basketball und gleichzeitig ein interessanter Test für die weitere Entwicklung des Sports bei Eurosport in Deutschland." (Daubenmerkl 2009, o.S.)

Den Test bestand die Basketball Bundesliga nicht. Das vierte Finalspiel zwischen Oldenburg und Bonn schauten zwar immerhin 180.000 Zuschauer, der Marktwert war jedoch mit 0,8 Prozent (AGF/ GfK-Fernsehforschung 2010) immer noch unter dem Durchschnitt von Eurosport mit 0,9 Prozent (AGF/GfK 2009). Das fünfte und letzte Saisonspiel wurde aufgrund des Vertrags mit Sportdigital.tv nicht auf Eurosport übertragen. Dieser beinhaltete nur vier Finalspiele. Im fünften und letztem Aufeinandertreffen zwischen Oldenburg und Bonn war die Halle ausverkauft (vergleiche Beko BBL 2009). Im Freien Fernsehen wurde es aufgrund der angesprochenen Vertragssituation nicht gezeigt, also wollten es viele Basketballbegeisterte im Internet über Sportdigital schauen. Zu viele. Aufgrund der hohen Nachfrage kam es sogar zu einem Absturz der Seite. Sportdigital nahm dazu folgenderweise Stellung:

„Wir bedauern sehr, dass beim Spiel EWE Baskets Oldenburg - Telekom Baskets Bonn am 25.6.2009 technische Probleme aufgetreten sind, so dass die sportdigital-Webseite zwischen circa 20.00 und 21.00 Uhr nur schwer oder teilweise gar nicht zu erreichen war. An diesem Problem trifft die BBL keine Schuld.“ (sportdigital 2009, o.S.)

Es war das letzte Spiel der BBL auf Sportdigital.tv. Seit dieser Saison (2009/2010) überträgt wieder das DSF die deutsche Basketballliga. Der erneute Vertrag der beiden beinhaltet drei Spielzeiten, also bis zum Sommer 2012 (vergleiche Primke/ Oedinger 2009, o.S.). Der Geschäftsführer der Beko-BBL Jan Pommer zeigte sich erfreut.

Mit der aktuellen Fernsehsituation können wir überaus zufrieden sein.“ (Pommer 2009, o.S.)

Der Sender DSF, der genau wie Eurosport einen durchschnittlichen Marktanteil von 0,9 Prozent (AGF/GfK 2009) hat, kann aber mit den bisherigen Einschaltquoten keineswegs zufrieden sein. Bei Begegnungen, die in Einzelfällen nur 0,1 Prozent Marktanteil haben, ist deutlich erkennbar, dass das Interesse verschwindend gering ist (vergleiche Abbildung 8). Auch die Hoffnung, dass dies nur Startschwierigkeiten sind, kann man mittlerweile widerlegen. So sahen das Spitzenspiel zwischen dem aktuellen Spitzenrei-

ter Berlin und dem Deutschen Meister von 2005 und 2007, Bamberg, gerade einmal 80.000 Zuschauer, bei einem Marktanteil von 0,3 Prozent (AGF/ GfK-Fernsehforschung. 2010). Das Spiel fand am 06.03.2010 und damit im letzten Drittel der Saison statt.

TV-Quoten Beko BBL 2009/10 beim DSF, Zuschauer ab drei Jahren

Spieltag 1: Oldenburg-Bamberg, Reichweite: 0,04 Mio. / Marktanteil: 0,3 %
Spieltag 4: Berlin-Oldenburg, Reichweite: 0,09 Mio. / Marktanteil: 0,4 %
Spieltag 5: Braunschweig-Artland, Reichweite: 0,07 Mio. / Marktanteil: 0,2 %
Spieltag 7: Bonn-Berlin, Reichweite: 0,07 Mio. / Marktanteil: 0,3 %
Spieltag 8: Ludwigsburg-Oldenburg, 0,07 Mio. / Marktanteil: 0,4 %
Spieltag 10: Ludwigsburg-Ulm, 0,04 Mio. / Marktanteil: 0,1 %

Abbildung 8

Für die Euroleague scheint der Sendeplatz auf Eurosport/ Eurosport 2 gesichert zu sein. Wie bereits von Eurosport Geschäftsführer Daubenmerkl erwähnt, gehört sie zu den Aushängeschildern von Eurosport 2, einem Bezahlsender, und wird auch gelegentlich auf Eurosport gezeigt, wie zum Beispiel das Spiel von Barcelona gegen Berlin vom 12.02.2009, das 90.000 Zuschauer sahen (AGF/ GfK-Fernsehforschung. 2010). Auch Spiele ohne deutsche Beteiligung sowie Zusammenfassungen werden auf Eurosport 2 gezeigt. Zusätzlich werden Spiele aus der griechischen Profiliga gezeigt.

5.2.2 Die NBA als „Nachtwächter“

Mehr als eine Saison lang gab es die NBA nicht mehr im deutschen Fernsehen. Mit Beginn des Jahres 2010 wurde dies wieder geändert. Sky Deutschland (ehemals Premiere) sicherte sich die Rechte für die Restsaison inklusive Playoffs (dwdl 2009). Vor dem Jahr 2008 übertrug Premiere die National Basketball Association lange Zeit, doch wurde meist erst kurz vor Saisonbeginn klar, ob die NBA übertragen wird. Doch nach der Saison 2007/ 2008 machte Premiere kein Angebot mehr. Frank Schillinger von der Premiere Sport-Kommunikation hierzu:

„Premiere hat sich dazu entschlossen, für die kommende NBA-Spielzeit kein Angebot abzugeben.“ (Schillinger 2008)

„Zuvor hatte der Bezahlender fast zehn Jahre Basketball aus den USA übertragen. Ein langfristiger TV-Vertrag war dabei jedoch nie zustande gekommen. Stets einigten die Parteien sich lediglich auf eine Verlängerung um ein Jahr, die die Übertragung von zwei Partien pro Woche vorsah. Die Berichterstattung erfolgte dabei nach einem vor der Saison festgelegten und damit am Ende der Spielzeit sportlich häufig wenig reizvollen Spielplan, der Premiere vermutlich nur wenig Neukunden eingebracht hat.“ (Stelmaszyk. 2010)

Weil Sky keine Quoten offen legen muss, da der Sender nicht an den Erhebungen der GfK beteiligt ist und auch auf Anfragen keine Angaben macht, kann man hier nur vermuten, dass zusätzlich zu den wenigen Neukunden auch nicht genügend Zuschauer einschalteten, um einen langfristigen Vertrag mit der NBA auszuhandeln. Die Zuschauerzahl dürfte darüber hinaus wesentlich geringer gewesen sein als im frei empfangbaren Fernsehen, denn sky Deutschland hat gerade einmal 2,47 Millionen Abonnenten (The Associated Press 2010).

Im freien Fernsehen versuchte das DSF immer wieder die NBA ins Programm aufzunehmen, der letzte Versuch scheiterte 2008. Zuvor hatte das Deutsche Sportfernsehen die NBA-Spiele nach zehn Jahren Berichterstattung am Ende der Saison 2004/2005 aus dem Programm gestrichen. Zu dieser Zeit lief meist ein Spiel wöchentlich, das zeitversetzt und gekürzt am nächsten Tag meistens 17:30 Uhr, gesendet wurde. Doch auch hier musste die NBA aufgrund einer mangelnden Quote Platz für andere Sendungen machen. So gab es beispielsweise bei einem Durchschnittsspiel wie Toronto – Portland am 09.11.2004 um 17:30 Uhr nur 80.000 Zuschauer (AGF/ GfK-Fernsehforschung. 2010). Spiele mit Beteiligung Nowitzkis sicherten dagegen recht gute Quoten. Das Spiel Dallas (Nowitzkis Mannschaft) gegen Sacramento 2004 hatte einen Zuschaueranteil von 230.000 und erreichte um 17:00 mit einem Marktanteil von 1,2 Prozent (AGF/ GfK-Fernsehforschung. 2010) immerhin mehr als der DSF Durchschnitt. Das letzte Finalspiel sahen freitagnachts um 23.20 am 24.06.2005 zwar 160.000 mit einem Marktanteil von 1,2 Prozent (AGF/ GfK-Fernsehforschung. 2010). Doch auch das reichte scheinbar nicht aus um die teuren NBA-Rechte weiter finanzieren zu können.

„Seit 2005 wurde die Berichterstattung wegen der geringen Reichweiten und zu hoher Lizenzkosten, die die Refinanzierung der Sendung erschwerten, eingestellt.“ (Yankulin 2007, 87)

Die Kosten befinden sich immerhin im sechsstelligen Bereich (vergleiche Killic 2007, Basket Ausgabe 1/2007, 87). Nach einer NBA-Auszeit auf dem DSF versuchte es der Münchner Sportsender am Ende des Jahres im Dezember 2006 erneut mit einem Magazin. Die Sendung hieß NBA Action und lief jeden Freitag um 17:30. Aber auch diese Sendung zeigte nicht die erhoffte Wirkung, und die Zusammenarbeit zwischen NBA und DSF wurde bereits im Juni 2007 wieder beendet. Die letzten Sendungen sahen gerade noch 80.000 Zuschauer (AGF/ GfK-Fernsehforschung. 2010). Die Problematik besteht also in den geringen Einschaltquoten, kombiniert mit den teuren Lizenzkosten. Frank Buschmann äußerte sich hierzu:

„Soweit ich informiert bin – will die NBA immer noch viel Geld für die Übertragungsrechte haben und das wird kein deutscher Sender ausgeben. Dafür ist das Interesse einfach zu gering. Außerdem gibt es da ja auch immer noch das kleine Übel mit dem Namen „Zeitverschiebung“. Wenn man also Nowitzki live sehen will, muss man mitten in der Nacht aufstehen. Welcher normale Mensch, der nicht Student ist, kann sich das erlauben?“
(Buschmann 2009, Im Interview mit David Nienhaus von der WAZ)

Die NBA also als „Nachtwächter“ im deutschen Fernsehen? Doch genau die Problematik mit der Zeitverschiebung und die dadurch verursachte schlechte Sendezeit versucht das DSF seit Jahren zu umgehen, indem die Spiele zeitversetzt gesendet werden. Da diese Spiele allerdings nicht mehr live übertragen werden, sondern nur noch Aufzeichnungen sind, verlieren sie an Reiz. In den anderen europäischen Großmärkten scheint das jedoch kein Problem zu sein. Während in Spanien und Frankreich nahezu jede Nacht ein Live Spiel übertragen wird, können die Italiener und die Briten immerhin jede zweite Nacht ein Spiel live sehen (vergleiche NBA Global Programming 2010). Es existiert aber auch eine Möglichkeit die beste Basketballliga der Welt live zu bewundern, die Premiere zuvor schon seit Jahren nutzte. An Sonn- und Feiertagen (Feiertage in den USA) beginnt der NBA Spieltag bereits um die Mittagszeit. Je nach amerikanischer Zeitzone bedeutet das für Deutschland, dass diese Spiele circa zwischen 18:00 und 21:00 Uhr mitteleuropäischer Zeit beginnen. Dadurch hat der europäische Markt die Möglichkeit NBA Spiele live und zu guter Sendezeit zu sehen. Genau darauf setzte das DSF und startete nur ein halbes Jahr nach dem enttäuschenden Ende des Magazins NBA Action einen neuen Versuch, NBA im freien Fernsehen zu zeigen. Zur Weihnachtszeit 2007 brachte man gleich mehrere Live-Spiele. Mit Cleveland gegen Miami wurde das erste Spiel am 25.12.2007 um 20:30 Uhr übertragen. Es handelte sich um

ein absolutes Top Spiel zwischen einem Favoriten für die laufende Saison (Tatsächlich kam Cleveland bis ins Finale und wurde Zweiter) und dem amtierenden Meister. Die Zuschauerresonanz auf dieses hochkarätige Spiel war jedoch überschaubar. Nur 90.000 Zuschauer sahen die Begegnung (AGF/ GfK-Fernsehforschung. 2010). Selbst vier Tage später konnte das Spiel um Dirk Nowitzkis Dallas Mavericks gegen Atlanta die Zuschauer nicht für sich gewinnen. Am Samstagabend, dem 29.12.2007, sahen um 19:00 Uhr nur 150.000 Zuschauer das Spiel. Der Marktanteil lag bei gerade einmal 0,5 Prozent (AGF/ GfK-Fernsehforschung. 2010). Auch das erneute Ansetzen des NBA Action Magazins und mehrere Spielberichte konnten keinen Erfolg erzielen. Am Ende der Saison 2007/2008 trennten sich die Wege der NBA und des DSF erneut.

Während der TV freien Zeit wurde das All-Star Game 2009 sogar einmalig vom ZDF übertragen. Dabei sahen immerhin 100.000 Zuschauer das Spiel nachts um 03:00 bei einem Marktanteil von immerhin 5,2 Prozent (AGF/ GfK-Fernsehforschung. 2010).

5.2.3 Die Nationalmannschaft als einzige Konstante

Während die NBA und die Basketball Bundesliga große Probleme damit haben sich im Fernsehen zu präsentieren und fast jedes Jahr um neue Verträge kämpfen, so ist der Platz der deutschen Basketball Nationalmannschaft auf DSF gesichert. Bereits seit Jahren werden die Europameisterschaften und die Weltmeisterschaften gesendet. Auch die Teilnahme der Deutschen ist absolut konstant. Seit 1999 war Deutschland bei jeder WM und EM vertreten. Zusätzlich werden Vorbereitungsspiele wie beispielsweise 2009 der Supercup in Bamberg gezeigt. Warum die Nationalmannschaft so konstant gezeigt wird und nicht die gleichen Probleme wie die Basketballligen hat, liegt an den besseren Einschaltquoten. Selbst bei Vorbereitungsspielen, bei denen Nowitzki, der Superstar des deutschen Basketballs, fehlt, sind die Quoten meist besser als die der Basketballbundesliga oder der NBA-Übertragungen. Im Vorbereitungsspiel zur Europameisterschaft 2009 zwischen Deutschland und Slowenien schauten 111.000 Leute das Spiel (AGF/ GfK-Fernsehforschung. 2010). Während dieser EM erreichten die Deutschen in einem Zwischenrundenspiel 390.000 Zuschauer und 1,4 Prozent Marktanteil (AGF/ GfK-Fernsehforschung. 2010). Der Grund für diesen klaren Quotenunterschied zwischen BBL und Nationalmannschaft gibt uns der DSF Geschäftsführer von 2004 Thomas Deissenberger:

„Die Nationalmannschaft emotionalisiert auch im TV, die BBL nicht.“
(Deissenberger.2004)

Bei einem Top Spiel der Nationalmannschaft innerhalb einer WM oder EM, wie 2006 gegen die USA im Viertelfinale der Weltmeisterschaft, sahen 500.000 Deutsche zu, dabei ist der Marktanteil mit 5,5 Prozent um ein Vielfaches höher als der durchschnittliche des DSF mit 0,9 Prozent (AGF/ GfK-Fernsehforschung. 2010). Die höchste Quote in den letzten Jahren mit 1,35 Millionen Zuschauern (AGF/ GfK-Fernsehforschung. 2010) erreichte das DSF mit dem EM-Finale zwischen Griechenland und Deutschland, das am Sonntagabend, dem 25.09.2005, lief. Dass die internationalen Turniere bessere Quoten bringen als die Basketballligen ist beim DSF kein Geheimnis und war 2002 auch Stefan Ziffzer bewusst, als er das geringe Interesse der Zuschauer für Basketball aussprach, aber die Nationalmannschaft dabei ausnahm (vergleiche 2.3 Ein großer Volkssport, viele kleine Sportarten). Auch bei Eurosport sind die Basketballspiele mit dem größten Interesse Länderspiele, wie die Tabelle der Top Einschaltquoten bei Basketballübertragungen zeigt. (Abbildung 9)

Top 10 Ø RW Basketball bei Eurosport in Deutschland					
Channel	Date	Start time	Orig Title / Round	Programme Title	'000 A3+ [DE]
Eurosport DE	10.08.2008	16:07:20	Preliminaries	Basketball summer o.g beijing	426
Eurosport DE	10.08.2008	17:16:08	Preliminaries	Basketball summer o.g beijing	330
Eurosport DE	22.08.2008	16:48:02	1/2f	Basketball summer o.g beijing	298
Eurosport DE	24.08.2008	09:29:12	Final	Basketball summer o.g beijing	263
Eurosport DE	22.08.2008	17:29:39	1/2f	Basketball summer o.g beijing	223
Eurosport DE	21.06.2009	16:28:00	Final	Basketball national ch. german league	199
Eurosport DE	23.06.2009	18:28:59	Final	Basketball national ch. german league	184
Eurosport DE	16.08.2008	17:41:02	Preliminaries	Basketball summer o.g beijing	170
Eurosport DE	12.08.2008	16:18:34	Preliminaries	Basketball summer o.g beijing	164
Eurosport DE	26.05.2009	22:10:52	1/4f	Basketball national ch. german league	157

Abbildung 9

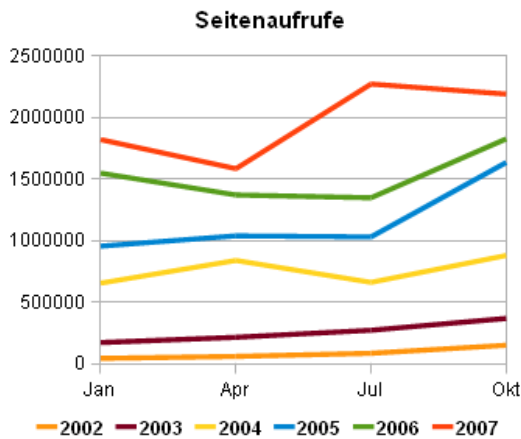
Dass Basketball sogar ein großes Publikum erreichen kann, weiß man seit den Olympischen Spielen 2008. Die Übertragung der Olympischen Sommer und Winterspiele teilten die öffentlich-rechtlichen Sender untereinander auf. Während die deutschen Basketballer bei den Olympischen Sommerspielen 2004 nur zuschauen konnten, durften sie 2008 mitspielen. Zwar konnte man nur ein Spiel gewinnen, doch das Zuschauerinteresse am Basketballsport war da. So konnte das Zweite Deutsche Fernsehen im Spiel Deutschland gegen China samstagsmittags deutscher Zeit am 16.08 2,86 Millionen Zuschauern vermelden, bei einem Marktanteil von 27,8 Prozent. Auch beim Endspiel ohne deutsche Beteiligung zwischen Spanien und den USA schauten am Sonntagmorgen um 08:00 Uhr 1,66 Millionen Menschen in Deutschland zu. Der Marktanteil lag bei 22,3 Prozent (vergleiche AGF/GfK-Fernsehforschung. 2010). Das sind selbst für das ZDF beachtliche Quoten und liegen weit über deren Durchschnitt mit 12,5 Prozent (Marktanteile AGF/GfK.2009). Auch die kommenden internationalen Turniere werden im freien Fernsehen zu sehen sein, das Deutsche Sportfernsehen überträgt die WM 2010 sowie die EM 2011 (vergleiche DSF 2010).

5.3 Basketball im Internet

5.3.1 Im Internet präsent

Das Internet hat in den letzten Jahren rasant an Bedeutung zugenommen. Die Internetnutzung ist rapide nach oben gegangen (vergleiche 2.1 Eine Verbindung mit Tradition). Auch auf den Basketballseiten kann man diese Entwicklung verfolgen. Auf der offiziellen Seite der Basketball-Bundesliga, damals s.oliver-bbl.de, waren 2003 gerade einmal 5.352 Besucher täglich zu verzeichnen (vergleiche Yankulin 2007,24), was einer Jahresgesamtzahl von 1.953.480 entspricht. Die Zahl stieg rasant und erreichte im Jahr 2008 9.064.862 visits. Im Jahr 2009 konnte sich die Zahl noch einmal steigern und die offizielle Seite, heute beko-bbl.de, verzeichnete 10.691.226 visits (Gemein 2010). Auch die Internet Basketballforen bekommen immer mehr Zuspruch. Eine der am meistbesuchten ist die Internetseite schoenen-dunk.de. Sie ist eine Diskussionsplattform für Basketball aus Deutschland (vergleiche schoenen-dunk.de 2010) Die Seite entwickelte sich schnell zu einer der Top-Adressen für Basketballsuchende im World Wide Web.

„Schoenen-Dunk ist ein rein privates Projekt, welches sich zu einer der beliebtesten deutschen Basketballseiten im deutschsprachigen Web entwickelt hat.“ (Schoenen-Dunk 2010)



Die Seite hat seit Anfang 2005 bis 2010 die Abrufe mehr als verdreifacht. (schoenen-dunk 2010) Seit der Gründung 2001 hat schoenen-dunk.de seine visits jedes Jahr steigern können (vergleiche Abbildung 10) .

Abbildung 10

Eine andere Seite ist crossover-online.de, die sich mit der NBA, der BBL, Euroleague sowie dem Collegebasketball (NCAA), der deutschen Nachwuchsliga (NBBL) und den internationalen Turnieren befasst. Darüber werden Artikel und News geschrieben sowie Blogs verfasst. Die Seite hat 250.000 visits. Auch bei den großen deutschen Sportseiten, wie Sportbild.de, Sport1.de, spox.de und kicker.de hat Basketball einen sicheren Platz. Angezeigt wird der Sport in der Gliederung meist zwischen dritter und fünfter Stelle. Oft wird hier der NBA-Basketball, als Untergliederung der Kategorie US Sport, wichtiger eingestuft und dementsprechend vor der Basketball-Bundesliga angezeigt. Bei Sportbild.de wird sogar nur der US-Sport berücksichtigt und überhaupt nicht auf den deutschen Basketball eingegangen. Basketball hat im Internet seinen Platz gefunden und ist auf allen großen Sportseiten etabliert.

5.3.2 Die größte Sportseite der Welt

Wie bereits angesprochen ist die NBA eine der bekanntesten Ligen weltweit (3.3 NBA, Nationale Liga mit weltweitem Interesse). Das wird auch dadurch deutlich, dass die Basketballliga mit ihrer Internetseite nba.com die meistbesuchte Sportseite im Web ist.

„NBA.com, the website of the National Basketball Association (NBA), has recorded the largest ever-number of hits for a sports website.” (Glendinning 2008, o.S.)

Dass die Seite so gut besucht ist, hängt stark mit Ihrer globalen Nutzung zusammen. Die NBA bietet hierzu auch viele Seiten in verschiedenen Landessprachen an (NBA 2010). Auch auf eine deutsche Seite nba.com/germany, die von Redakteur Emrah Kilic von der Sportzeitschrift Basket mitgestaltet wird, kann zugegriffen werden. In einer Studie von 2007 zur Untersuchung der globalen Besucher der nba.com Website von comScore, einem Internet-Marktforschungsunternehmen aus den USA, wurde herausgefunden, dass über 60 Prozent der Nutzer über 15 Jahren von außerhalb der USA kommen. Im Länderanteil ist die USA, als Heimat der NBA, mit 38,5 Prozent vorne, darauf folgen China (22,8%) und Kanada (7,5 %), das ja immerhin einen NBA Verein in Toronto beheimatet. Deutschland ist auf einem erstaunlich hohen fünften Platz mit 1,6 Prozent. Europa als Ganzes kommt auf 11,7 Prozent der visits (vergleiche com Score 2007). Insgesamt wird die offizielle Seite der NBA jährlich mehr als eine Milliarde mal besucht (Das englische billion entspricht dem deutschen Milliarde).

„Including the playoffs, NBA.com has surpassed 1 billion visits in a full season for the first time, with 1.2 billion visits to date. Overall visits have up by 60 per cent this season compared to a year ago.” (Glendinning 2008, o.S.)

Das deutsche Interesse an der Liga wird auch auf den Deutschen Sportseiten sichtbar. Die NBA ist ein Thema auf allen großen Sportseiten. Auch in der Gliederung ist sie meist auf den vorderen Plätzen (Abbildung 11). Täglich wird über die nordamerikanische Liga berichtet. Die NBA ist dabei sehr interessiert, sich im Internet zu positionieren und ist auch außerhalb der Sportseiten sehr präsent. Über verschiedene Angebote zeigt sich die NBA im Internet.

„Currently, the NBA is the No. 1 sports league on Facebook, Twitter, and YouTube, with the most fans, followers, and videos viewed on each, respectively.” (NBA 2010)



Abbildung 11

Damit ist sie Vorreiter für alle Sport-Ligabetriebe. Gerade der Kanal bei YouTube zeigt die führende Rolle der NBA unter den Sportligen. YouTube gilt als eine der meistbesuchtesten Internetseiten überhaupt. Die Seite hat 196 Millionen Seitenabrufe pro Tag (vergleiche Kortmann 2007). Die Verbindung zwischen Youtube und der NBA ist ein Paradebeispiel für die Zusammenarbeit zwischen Medien und Sport in der Neuzeit.

„The NBA Channel on YouTube (www.youtube.com/nba) currently ranks as one of the most popular channels of all time and as the site's most popular sports channel, with more than 390 million videos viewed since its debut in February 2007.” (NBA 2010)

5.3.3 Das Modell Internet TV im Zusammenhang mit Basketball

Die auf YouTube gezeigten Bewegtbilder stammen aus dem eigenen Fernsehsender NBA TV, der 1999 gestartet wurde. Auch Sky Deutschland überträgt das Programm von NBA TV (Stelmaszyk 2010). NBA TV stellt Zusammenfassungen von Spielen, Interviews mit Basketballspielern sowie zahlreiche andere Sendungen frei verfügbar über nba.com oder eben über YouTube erreichbar ins Internet.

„The NBA expects more than 500,000 hours of video are expected to be viewed by fans through NBA TV online offerings.” (Glendinning 2008, o.S.)

Zudem ist seit der Saison 2008/2009 der „NBA League Pass International“ in Deutschland verfügbar. Ab dieser Saison sind erstmals alle Spiele live abrufbar, sowie im Nachhinein über „on demand“. Zusätzlich bewirbt Eurosport den League Pass (Eurosport 2010). Darüber hinaus kann man den amerikanischen Collegebasketball live und auf Abruf gratis über die offizielle Internetseite ncaa.com anschauen.

Auch deutsche Seiten setzen vermehrt auf Videos und Filme über Internet. Nahezu alle großen Fernsehsender haben mittlerweile ihr Angebot auf das Internet erweitert. Gesendete Beiträge befinden sich im Nachhinein auf den Internetseiten der Sender und sind auf Mausklick abrufbar. Im Sport nimmt diese Entwicklung hin zum Internet TV dabei eine entscheidende Rolle ein. Wie bereits erwähnt hatte Sportdigital.tv bereits in der Saison 2007 /2008 (vergleiche 5.2.1 Basketball-Bundesliga, ein Quotenkiller) Basketballspiele über Internet TV angeboten. Doch der neue Vertrag mit DSF sowie die Technikprobleme machten den Versuch nach zwei Spielzeiten zunichte. Die laufende Euroleague-Saison wird jedoch zu sehen sein, mittlerweile ohne deutsche Beteiligung (vergleiche Stelmaszyk/ Wiedemann 2010). Denn die BBL konnte aufgrund des ausgelaufenen Vertrags nicht mehr gezeigt werden. Auch die Rechte an der Handballliga gingen verloren. Wer Fußball schauen will, muss nur den Fernseher anschalten und kann nahezu rund um die Uhr seinen Sport verfolgen. Doch was ist mit den Sportarten, die nicht ständig im Fernsehen übertragen werden? Auch sie haben Anhänger, allerdings nicht in einer Anzahl, die für Fernsehsender lohnt. Das Internet bietet mittlerweile die Möglichkeit solche Sportexoten zu zeigen. Der Ansatz von Sportdigital.tv ist genau dieser, selbstproduzierte Bewegtbilder über eine Plattform im Internet anzubieten. Geschäftsführer Philipp Hasenbein hierzu:

„Wir sind davon überzeugt, dass es für die Sportarten in der ‚zweiten Reihe‘ die richtige Lösung ist, bei Bedarf Bilder selber zu produzieren und anzubieten.“ (Hasenbein 2010)

6. Schlussbetrachtung: Basketball - In Deutschland nur ein medialer Randsport ?

6.1 Vergleiche mit Handball, Volleyball und Tischtennis

Doch was ist, wenn Basketball nur ein Sport der zweiten Reihe ist? Ebenso sprach das Basket Magazin die „zweite Klasse“ an (vergleiche 1.2 Einführung in das Thema). Die Fernsehquoten zeigen deutlich, dass die Basketballigen kein großes Interesse hervorrufen. Der Vergleich mit einer anderen vermeintlich kleinen Sportart, mit Handball, der immer wieder gemacht wird und bereits in dieser Arbeit von Stefan Ziffzer, DSF Geschäftsführer von 2002 fiel (vergleiche 2.3 Ein großer Volkssport, viele kleine Sportarten) ist schlichtweg falsch. BBL Commissioner von 2004 Otto Rentjes nimmt ebenso die zwei Sportarten zusammen, als er über das Sportprogramm der ARD und des ZDF redet:

„Die kleineren Sportarten wie Basketball, Handball oder Eishockey finden dort nicht statt.“ (Rentjes 2004, o.S.)

Doch der Vergleich hinkt, denn Handball steht, medial gesehen, mindestens eine Stufe höher als Basketball, das beweisen Indikatorzahlen. Das Interesse an Handball ist mit 41,8 Prozent fast doppelt so hoch wie das am Basketball (Sportprofile AWA 2009). Der Handball-Bund hat mehr als viermal so viele Mitglieder wie der Basketball-Bund (DOSB 2010). Die Zuschauerzahlen im TV sind wesentlich höher. So erreichten am Anfang der Saison 2009/ 2010 die ersten Spiele immerhin 230.000 Zuschauer (Oedinger/ Reister 2009, o.S.). Das sind Zahlen, von denen Basketballübertragungen außerhalb von Nationalspielen weit entfernt sind. Aufgrund der besseren Quoten ist Handball schon länger ein fester Bestandteil des DSF-Programms. Was Rentjes allerdings 2004 noch nicht wissen konnte, die Handball-Nationalmannschaft hat mittlerweile einen Platz in ARD und ZDF. Die Quoten stimmen, wie beim WM-Viertelfinale 2007 mit 8,23 Millionen Zuschauern (Krei 2007).

Ein Vergleich, der eher angebracht wäre, ist der mit dem Volleyball. Das Interesse an den beiden Sportarten ist nahezu identisch. 22,5 Prozent der Deutschen ab 14 Jahren interessieren sich für Volleyball und 22,4 für Basketball (Sportprofile AWA 2009). Der Volleyball-Verband hat zwar mit 485.272 Mitgliedern (DOSB 2010) mehr als doppelt so viele wie der Basketball-Bund, jedoch ist in den Medien Basketball ganz deutlich präsenter. In der Süddeutschen Zeitung erschienen im Zeitraum vom 08.03.2010 bis

zum 22.03.2010 vier Artikel über Volleyball, von denen der größte 660 Worte umfasste. In der gleichen Zeit berichtete die Süddeutsche sieben Mal über den Basketballsport. Der größte Artikel war hierbei über 900 Worte lang. Auch die Verkaufszahlen von den Sportzeitschriften unterscheiden sich gewaltig. Das Volleyball-Magazin verkauft monatlich 6.586 Exemplare, weniger als ein Drittel der Basket (vergleiche IVW 4/2009). In der Fernsehpräsenz unterscheiden sie sich ebenfalls erheblich. Volleyball ist aktuell nur über Internet-TV bei spobox.tv und sportdigital.tv zu sehen. Im frei empfangbaren Fernsehen werden nur Ausschnitte in der Nachberichterstattung gezeigt (vergleiche Deutsche Volleyball Liga 2010). Beim Basketball dagegen kann sowohl die BBL als auch die NBA im Fernsehen gesehen werden. International werden beide Sportarten übertragen. Auch Tischtennis ist mit 22,1 Prozent Interesse (Sportprofile AWA 2009) dem Basketball ähnlich. Doch auch dieser Sport ist medial weniger präsent. Zwar kam der Sport 2009 noch öfters im Fernsehen auf DSF und Eurosport, doch im Jahr 2010 wurden vom Tischtennis, immerhin mit über 600.000 Verbandsmitgliedern (DOSB 2010), erst zwei Sendungen im DSF übertragen (vergleiche AGF/ GfK-Fernsehforschung 2010). In der Süddeutschen Zeitung waren im Zeitraum vom 08.03.2010 bis zum 22.03.2010 vier Artikel enthalten, obwohl zu dieser Zeit die German Open in Berlin liefen. Im Internet zeigt sich der Unterschied ganz deutlich. Nimmt man beispielsweise kicker.de heran, so kann man feststellen, dass Basketball noch vor Handball steht. Meist steht der Sport jedoch kurz hinter Handball, wie beispielsweise auf sportbild.de. Volleyball oder Tischtennis werden auf den großen Sportseiten überhaupt nicht oder nur in geringem Umfang, wie Tischtennis bei Sport1.de erwähnt.

6.2 Basketball, ein Randsport ?

„Randsportart: Sportart, für die sich nur wenige Menschen interessieren.“
(Duden 2010)

Geht man von der Definition im Duden aus, so ist klar, dass Basketball ein Randsport ist. Besonderes Interesse an der Sportart haben sogar nur 3, 7 Prozent der Deutschen über 14 Jahren. Zusätzlich steht der Sport nur an der 22. Stelle von 29 untersuchten Sportarten (Sportprofile AWA 2009). Die Reichweite unter den Vereinsmitgliedern ist ebenfalls nicht sonderlich groß. Der Basketball-Bund hat 190.882 Mitglieder und ist damit in der Rangliste der deutschen Spitzenverbände nur auf Platz 19 (DOSB 2010). Trotzdem

ist der Sport in den Medien präsent. Natürlich sind Sportarten wie Fußball oder Automobilsport wesentlich präsenter, doch wecken diese auch ein hohes Interesse bei den Deutschen. Im Fernsehen ist es dieses Jahr möglich sowohl die NBA (wenn auch nur auf PAY TV), die BBL, den Eurocup als auch die Nationalmannschaft zu sehen. Durch die täglichen Übertragungen der NBA bei Sky hat Deutschland in der Häufigkeit zu den europäischen Basketball-Großmärkten Spanien und Frankreich aufgeschlossen. In den großen überregionalen Tageszeitungen ist besonders die Nationalmannschaft sehr präsent. Aber auch die NBA und die BBL bekommen konstante Berichterstattung sowie gelegentlich Artikel von beachtlicher Größe. Regional hängt das Interesse von dem Erfolg und der Beliebtheit der lokalen Vereine ab. Im Internet rangiert Basketball zwischen den Rängen drei und fünf (vergleiche 5.3.1 Im Internet präsent) bei den großen deutschen Sportseiten. Während die Stellung im Internet und in den Zeitungen gefestigt ist, sieht es im Fernsehen noch anders aus. Zwar ist die Nationalmannschaft weiter bis 2011 sicherer Programmpunkt des DSF, doch stehen die Basketballligen immer noch auf wackligen Beinen. Der BBL Vertrag mit DSF ist einerseits bis 2012 gesichert, doch andererseits sind die Einschaltquoten erneut schlecht.

„Thorsten Haux, Programmchef des DSF, erklärte anlässlich des BBL-Tip-Off-Meetings vor dem Saisonstart, dass man in München mittelfristig mit einer Reichweite von 220 000 Zuschauern plane.“ (Oedinger/ Reister2009, o.S.)

Sollten sich diese Zuschaueranzahl nicht etablieren, ist ungewiss, welche Konsequenzen das nach sich ziehen wird. Momentan sind die Einschaltquoten jedoch von der geplanten Reichweite weit entfernt. Die Vergangenheit hat gezeigt, dass sich die Wege auch vor Vertragsende trennen könnten. Noch ungewisser ist die Situation mit der NBA, die zwar so oft übertragen wird wie noch nie zuvor bei Sky, dessen Vertrag aber nach dieser Saison ausläuft. Eine Alternative gibt es bereits: der NBA International League Pass, der über das Internet alle Spiele zeigt. Zwar ist dieser kostenpflichtig, doch immer noch billiger als die Abonentenkosten für Sky. Basketball, und das lässt sich festhalten, ist ein Randsport in Deutschland. Er ist jedoch, wie meine Untersuchungen gezeigt haben, kein medialer Randsport. Im Vergleich zu ähnlich beliebten Sportarten, wie Tischtennis und Volleyball, ist Basketball in Deutschland in den Medien außerordentlich präsent.

Wenn ein Sport, der nur so wenige Deutsche interessiert, über den aber trotzdem so viel in den Medien berichtet wird, dann ist dieser im Sinne der Definition im Duden sogar überrepräsentiert.

„Überrepräsentiert: unverhältnismäßig stark repräsentiert, vertreten.“
(Duden 2010)

Literaturverzeichnis

AGF: Entwicklung der durchschnittlichen Sehdauer pro Tag/Person in Minuten,
2009

<http://www.agf.de/daten/zuschauermarkt/sehdauer/>

Zugriff am 25.02.2010

AGF/ GfK: Marktanteile, 2009

<http://www.agf.de/daten/zuschauermarkt/marktanteile>

Zugriff am 25.02.2010

AGF/GfK- Fernsehforschung/ TV Scope/ media control/ TV-Ratings TV Quoten-
analyse, Baden-Baden 2010

Basketball BBL live, Skyliners- Bamberg, Finale 5. 13.06.2004

Basketball live BBL, Berlin - Bamberg, 26. Spieltag. 26.03.2010

Basketball Euro League Barcelona/Berlin. 12.02.2009

Basketball NBA Toronto - Portland. 09.11.2004

Basketball NBA Finals ZF Finals 2005: San Antonio - Detroit. 24.06.2004

NBA Action Folge 29. 22.06.2007

Basketball NBA Live, Cleveland - Miami. 25.12.2007

Basketball NBA Live, Dallas - Atlanta, Saison 2007/2008. 29.12.2007

Basketball live EM, Deutschland - Kroatien, 3. Zwischenrundenspiel, Basketball-
EM 15.09.2009

Basketball live, Vorbereitungsspiel zur EM, Deutschland - Slowenien in Karlsruhe
03.09.2009

Basketball WM Live USA - Deutschland, Viertelfinale, WM 2006. 30.08.2006

ZDF Sport Extra: Basketball NBA All Star Game. 16.02.2009

ZDF Olympia live: Basketball GER/CHN HR. 16.08.2008

ZDF Olympia live: Basketball ESP/USA HR. 24.08.2008

<http://www.tv-ratings.de/>

Zugriff vom 01.03.2010 - 20.03.2010

ATP Statistik

Tommy Haas

<http://www.atpworldtour.com/Tennis/Players/Top-Players/Tommy-Haas.aspx?t=rh>

Rainer Schüttler

[http://www.atpworldtour.com/Tennis/Players/Top-Players/Rainer-
Schuettler.aspx?t=rh](http://www.atpworldtour.com/Tennis/Players/Top-Players/Rainer-Schuettler.aspx?t=rh)

Basket Ausgaben 6/1998, 7-8/1998, 9-10/1998, 1/2005 - 4/2010

Basket: Editorial. Ausgabe 6/2007, 2007

Basketball Weltmeisterschaft 2010 in Türkei

<http://turkey2010.fiba.com/eng>

Zugriff am 02.03.2010

Bauermann, Dirk: Aus dem Text Bundestrainer-Gipfel in Frankfurt von Gunnar Hassel und Frank Schneller, 2009

http://www.basketball-bund.de/basketball-bund/de/news_und_aktuelles/news_archiv/19135.html?action=nDetail&nnr=21150

Zugriff am 05.03.2010

Bauermann, Dirk: Erfolg durch Förderung. Im Interview von Markus Rensinghoff, 2009

<http://www.derwesten.de/sport/basketball/Bundestrainer-Dirk-Bauermann-Erfolg-durch-Foerderung-id879932.html>

Zugriff am 05.03.2010

BDZV: Erste deutsche Internet-Sportzeitung, 2000

http://www.bdzv.de/information_multimed+M52a737e53e4.html

Zugriff am 24.02.2010

Becker, Boris: Im Interview mit der Sport Bild. Sport Bild Ausgabe vom 17. 03. 2010, Hamburg 2010

Beko BBL Zuschauerzahlen.2009

<http://www.beko-bbl.de/linkit.php?menuid=490&topmenu=270>

Zugriff am 05.03.2010

Beko BBL: Beko BBL im TV, 2010

<http://www.beko-bbl.de/spieluebertragungen/index.php?menuid=900&topmenu=853&keepmenu=inactive&keepmenu=inactive>

Zugriff am 12.03.2010

Berendt, Johannes: Nowitzki begeistert Fans auf beiden Seiten des Atlantiks, 2002

http://www.nba.com/features/nowitzki_german_030109.html

Zugriff am 15.03.2010

Borger, Julian: They think it's all over, 2008

<http://www.guardian.co.uk/football/2008/dec/06/football-brand-globalisation-china-basketball>

Zugriff am 03.2010

Buschmann, Frank: In Deutschland macht Fußball alles andere platt. Im Interview von David Nienhaus, 2009

<http://www.derwesten.de/sport/basketball/Frank-Buschmann-In-Deutschland-macht-Fussball-alles-andere-platt-id59035.html>

Zugriff am 05.03.2010

Buß, Felix: Die EM im TV: Fast 6 Millionen - Die Quote stimmt weiterhin, 2010

<http://www.handballimfernsehen.de/index.php?id=1131>

Zugriff am 25.02.2010

comScore.com: NBA.com Draws a Majority of Traffic from Overseas Fans in April 2007, 2007

http://mycomscore.net/ger/Press_Events/Press_Releases/2007/05/NBA.com_Popular_Internationally

Zugriff am 19.03.2010

crossover-online.de: Mediadaten, 2009

<http://crossover-online.de/werbung/mediadaten.pdf>

Zugriff am 19.03.2010

Daubenmerkl, Bernd: In der Pressemitteilung: Die Crunch-Time in der Basketball Bundesliga live im Free-TV: Eurosport steigt zu den Playoffs ein. tbb/bbl, 2009

<http://www.telekombasketsbonn.de/news/artikel.php?id=582359>

Zugriff am 12.03.2010

Deissenberger, Thomas: Ich sehe keinen Fehler von Seiten des DSF. Im Interview mit Sponsors. Sponsors Ausgabe Oktober 2004, 2004

Deutsche Volleyball Liga: TV- Übertragungen, 2010

<http://www.volleyball-bundesliga.de/htmlsite/index.php?menuid=521&refmenuid=523&reftopmenu=395&topmenu=403>

Zugriff am 24.03.2010

Deutscher Basketball Bund: Die 100 größten Basketball-Vereine des DBB Stand 31.12.2009, Pressestelle Hagen 2010

Die Liste als Download unter:

http://www.basketball-bund.de/basketball-bund/de/news_und_aktuelles/news_archiv/19135.html?action=nDetail&nnr=21467

Zugriff am 10.03.2010

DOSB: Bestandserhebung 2001, Frankfurt 2001
http://www.dosb.de/fileadmin/fm-dsb/DSB/Statistik_2001.pdf
Zugriff am 24.02.2010

DOSB: Bestandserhebung 2009, Frankfurt 2010
http://www.dosb.de/fileadmin/fm-dosb/downloads/bestandserhebung/2009_Heft_Aktualisierung_vom_15.01.2010-NEU.pdf
Zugriff am 24.02.2010

DOSB: Studie zur Sportberichterstattung in Tageszeitungen veröffentlicht, 2005
<http://www.dosb.de/de/service/statistiken/studie-zur-sportberichterstattung/>
die gesamte Studie gibt es unter
play the game /olympic congress. The International Sports Press Survey 2005
<http://www.playthegame.org/theme-pages/the-international-sports-press-survey-2005.html>
Zugriff am 24.02.2010

Schneller, Johannes: Mediennutzung gestern-heute-morgen. Allensbacher Werbeträger Analyse AWA2008. Institut für Demoskopie Allensbach, 2008

DSF: DSF-Media, 2010
http://www.dsf-media.de/formate/intro_events.php?nid=3
Zugriff am 22.03.2010

Duden: Definition Randsportart, 2010
<http://www.duden.de/definition/randsportart>
Zugriff am 24.03.2010

Duden: Definition Überrepräsentiert, 2010
<http://www.duden.de/definition/%C3%BCberrepr%C3%A4sentiert>
Zugriff am 25.03.2010

dwdl Das Medienmagazin: NBA-Deal: Sky überträgt künftig Basketball-Spiele, 2009
http://www.dwdl.de/story/24106/nbadeal_sky_bertrgt_knftig_basketballspiele/
Zugriff am 13.03.2010

Eurosport: League Pass, 2010
<http://de.eurosport.yahoo.com/basketball/>
Zugriff am 25.03.2010

eurotopics / Medienindex

Auflage La Gazzetta dello Sport: Juli 2008

<http://www.eurotopics.net/de/dienste/medienindex/?region=26>

Auflage L'Équipe: Juni 2008

<http://www.eurotopics.net/de/dienste/medienindex/?region=24>

Zugriff am 24.02.2010

FIBA: Presentation, 2007

<http://www.fiba.com/pages/eng/fc/FIBA/quicFact/p/openNodeIDs/962/selNodeID/962/quicFacts.html>

Zugriff am 03.02.2010

FIBA: Vereinsmitgliederzahlen, 2003/2004

Spanien Basketballspieler, 2003

<http://www.fiba.com/pages/eng/fc/FIBA/fibaStru/nfLeag/nfProf.asp?nationalFederationNumber=362>

Frankreich Basketballspieler, 2004

<http://www.fiba.com/pages/eng/fc/FIBA/fibaStru/nfLeag/nfProf.asp?nationalFederationNumber=282>

England Basketballspieler, 2004

<http://www.fiba.com/pages/eng/fc/FIBA/fibaStru/nfLeag/nfProf.asp?nationalFederationNumber=278>

Italien Basketballspieler 2004

<http://www.fiba.com/pages/eng/fc/FIBA/fibaStru/nfLeag/nfProf.asp?nationalFederationNumber=307>

Zugriff am 05.03.2010

FIBA Weltrangliste, 2009

<http://www.fiba.com/pages/eng/fc/even/rank/rankMen.asp>

Zugriff am 05.03.2010

Focus: Drei Viertel der Zuschauer sahen WM, 2006

http://www.focus.de/sport/fussball/wm2006/tv-quote_aid_110238.html

Zugriff am 22.03.2010

Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 08.03.2010 - 22.03.2010, 05.09.2009 - 22.09.2009, 12.10.2009

Geggus, Roland: Im Artikel: Nowitzki begeistert Fans auf beiden Seiten des Atlantiks von Johannes Berendt, 2002

http://www.nba.com/features/nowitzki_german_030109.html

Zugriff am 15.03.2010

Gemein, Frank: Visits Beko- BBL.de. Leitung Online der Beko BBL. Köln 2010
Antwort auf meine Anfrage

Gleich, Uli: Merkmale und Funktionen der Sportberichterstattung. Media Perspektiven 11/ 2000, 2000
http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/11-2000_Gleich.pdf
Zugriff am 22.03.2010

Glendinning, Matthew: NBA.com sets web record, 2008
<http://www.sportbusiness.com/news/166994/nba-com-sets-web-record>
Zugriff am 15.03.2010

Gödecke, Christian: Ein Star für die Spiele, 2008
<http://www.spiegel.de/sport/sonst/0,1518,570301,00.html>
Zugriff am 17.03.2010

Hagedorn/Niedlich/Schmidt.: Das Basketball-Handbuch. Offizielles Lehrbuch des Deutschen Basketball Bundes, Reinbeck 1996

Handball World: Die EM im TV: Fast 6 Millionen- Die Quote stimmt weiterhin, 2010
<http://www.handball-world.com/hif/o.red.c/news.php?mw=1&news=23891>
Zugriff am 14.04.2010

Hareas, John: 100 Jahre Basketball, Bielefeld 2004

Hasenbein, Phillipp: Im Artikel "Sportfive steigt bei Sportdigital.tv aus" von Kuske, Tobias/ Oediger, Florian, 2010
[http://www.sponsors.de/no_cache/deutsch/startseite/detailansicht/article/sportfive-steigt-bei-sportdigitaltv-aus/72/03268149fd/?order=0&von=&bis=11.03.10&tx_ttnews\[swords\]=Sportfive%20steigt%20bei%20Sportdigital.tv%20aus](http://www.sponsors.de/no_cache/deutsch/startseite/detailansicht/article/sportfive-steigt-bei-sportdigitaltv-aus/72/03268149fd/?order=0&von=&bis=11.03.10&tx_ttnews[swords]=Sportfive%20steigt%20bei%20Sportdigital.tv%20aus)
Zugriff am 11.03.2010

IVW Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern
Visits IVW geprüft gesamt
Visits sport1.de von Januar 2008 bis Januar 2010
Visits kicker.de von Januar 2008 bis Januar 2010
Visits bundesliga.de Januar 2010
Visits bild.de Januar 2010
Visits prosieben.de Januar 2010
Internetseiten gelistet nach Visits gesamt, 2010
<http://ausweisung.ivw-online.de/>
Zugriff am 25.02.2010

IVW Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern
Auflage kicker-Sportmagazin 4/2009
Auflage Süddeutsche Zeitung 4/2009
Auflage tennis magazin 4/2000 - 4/2009
Auflage segeln 4/2000- 4/2009
Auflage Sport Bild 4/2009
Auflage Rhein-Neckar-Zeitung 4/2009
Auflage Ludwigsburger Kreiszeitung 4/2009
Auflage Basket 1/1998 - 4/2008
Auflage Volleyball-Magazin 4/2009
Auflage Bild 4/2000 - 4/2009
<http://daten.ivw.eu/>
Zugriff am 24.02.2010

Kilic, Emrah: Quotenkiller Basketball. Basket Ausgabe 1/2007, Bielefeld 2007

Kilic, Emrah: Wir wollen mehr Basketball. Basket Ausgabe 9-10/2007, Bielefeld 2007

Kittel, Robert: Wie Trendsportarten zu Top-Events werden. Tendenz 2/2002. Sport und Medien, 2002
<http://www.blm.de/apps/documentbase/data/pdf1/2.02trendsportarten.pdf>
Zugriff am 25.02.2010

Kleinjohann, Michael: Sportzeitschriftenmarkt Deutschland 2009, 2009 Publizistischer Wettkampf in und um Nischen
<http://www.sportmagazine-online.de/deutsche/sportzeitschriftenmarkt-2009/index.php>
Zugriff am 25.02.2010

Kortmann, Christian: Schwamm in der Bilderflut auf sueddeutsche.de, 2007
<http://www.sueddeutsche.de/kultur/434/304410/text/>
Zugriff am 22.03.2010

Krei, Alexander: Handball-WM mit Fußball-Quoten: Über acht Millionen sahen deutschen Sieg im Viertelfinale. Quotenmeter.de, 2007
<http://www.quotenmeter.de/cms/?p1=n&p2=18572&p3=>
Zugriff am 23.03.2010

Kuske, Tobias: BBL mit größtem Wachstum, 2009

[http://www.sponsors.de/no_cache/deutsch/startseite/detailansicht/article/bbl-mit-groesstem-wachstum/72/cff0ac30d5/?bis=05.03.10&tx_ttnews\[swords\]=BBL%20mit%20gr%C3%B6%C3%9Ftem%20Wachstum](http://www.sponsors.de/no_cache/deutsch/startseite/detailansicht/article/bbl-mit-groesstem-wachstum/72/cff0ac30d5/?bis=05.03.10&tx_ttnews[swords]=BBL%20mit%20gr%C3%B6%C3%9Ftem%20Wachstum)

Zugriff am 05.03.2010

Landratsamt Ludwigsburg: Städte und Gemeinden, 2008

<http://www.landkreis-ludwigsburg.de/deutsch/unser-landkreis/staedte-und-gemeinden/von-l-r/>

Zugriff am 09.03.2010

Loosen, Wiebke. "Das wird alles von den Medien hochsterilisiert" Themenkarrieren und Konjunkturkurven der Sportberichterstattung, o.J.

<http://www.mediendaten.de/fileadmin/Texte/Loosen.pdf>

Zugriff am 24.02.2010

Ludwigsburger Kreiszeitung vom 12.11.2007

Müksch, Daniel: Ins Aus gespielt. Focus Magazin Nr. 19, 2009

http://www.focus.de/sport/mehrsport/tennis-ins-aus-gespielt_aid_395493.html

Zugriff am 05.03.2010

NASN: Es bleibt Wunschdenken. Im Interview mit Basket, Ausgabe 11/2007, Bielefeld 2007

NBA: Global NBA Programming, 2010

http://www.nba.com/schedules/international_nba_tv_schedule.html

Zugriff am 15.03.2010

NBA: season opens with record-tying 83 international players, 2009

<http://www.nba.com/2009/news/10/27/international.players/index.html>

Zugriff am 02.03.2009

NBA: NBA Facebook page surpasses two million fans, 2010

<http://www.nba.com/2010/news/03/08/nba.facebook/index.html>

Zugriff am 15.03.2010

NBA:All-Star game sets record for most-attended basketball game, 2010

<http://www.nba.com/2010/allstar/2010/02/14/allstar.record.ap/index.html>

Zugriff am 04.03.2010

NBA: global,. 2010
<http://www.nba.com/global/>
Zugriff am 19.03.2010

Oediger, Florian/ Reister, Benjamin: BBL-Quoten beim DSF ausbaufähig, 2009
[http://www.sponsors.de/no_cache/deutsch/startseite/detailansicht/article/bbl-quoten-beim-dsf-ausbaufaeig/72/ffb7576601/?bis=11.03.10&tx_ttnews\[swords\]=BBL-Quoten%20beim%20DSF%20ausbauf%C3%A4hig](http://www.sponsors.de/no_cache/deutsch/startseite/detailansicht/article/bbl-quoten-beim-dsf-ausbaufaeig/72/ffb7576601/?bis=11.03.10&tx_ttnews[swords]=BBL-Quoten%20beim%20DSF%20ausbauf%C3%A4hig)
Zugriff am 11.03.2010

Oedinger, Floian: Sponsors. Europa bleibt Fußballhochburg. SPONSORs Ausgabe August 2009, Hamburg 2009

Oedinger, Florian: BBL freut sich über neuen Zuschauerrekord, 2009
[http://www.sponsors.de/?id=71&no_cache=1&tx_ttnews\[tt_news\]=19265&tx_ttnews\[backPid\]=72](http://www.sponsors.de/?id=71&no_cache=1&tx_ttnews[tt_news]=19265&tx_ttnews[backPid]=72)
Zugriff am 05.03.2010

Pommer, Jan: Auch ARD/ZDF zeigen BBL. Im Artikel von Reister, Benjamin, 2009
[http://www.sponsors.de/no_cache/deutsch/startseite/detailansicht/article/auch-sporta-zeigt-die-bbl/72/697dcfdca5/?bis=11.03.10&tx_ttnews\[swords\]=Auch%20ARD%2FZDF%20zeigen%20BBL](http://www.sponsors.de/no_cache/deutsch/startseite/detailansicht/article/auch-sporta-zeigt-die-bbl/72/697dcfdca5/?bis=11.03.10&tx_ttnews[swords]=Auch%20ARD%2FZDF%20zeigen%20BBL)
Zugriff am 11.03.2010

Primke, Daniel/ Oedinger, Florian: DSF sichert sich Fernsehrechte an der Basketball Bundesliga, 2009
[http://www.sponsors.de/index.php?id=71&no_cache=1&tx_ttnews\[tt_news\]=19909&tx_ttnews\[backPid\]=280](http://www.sponsors.de/index.php?id=71&no_cache=1&tx_ttnews[tt_news]=19909&tx_ttnews[backPid]=280)
Zugriff am 11.03.2010

Reintjes, Otto: In Basketball nicht mehr im TV Im Artikel der netzeitung, 2004
http://www.netzeitung.de/nachrichten_archiv/305176_6_Basketball-Bundesliga_nicht_mehr_im_DSF.html
Zugriff am 12.03.2010

rp-online: Deutschland bestbezahlte Sportler: Nowitzki hängt Ballack und Heidfeld ab, 2009
http://www.rp-online.de/sport/mehr/Nowitzki-haengt-Ballack-und-Heidfeld-ab_aid_793717.html
Zugriff am 02.03.2010

Sachare, Alex: The official NBA basketball encyclopedia, New York 1994

Schabelon, Thorsten: Vom Pfirsichkorb-Ballspiel zur Unterhaltungsindustrie, Tausenstein 2004

Schellhaaß, Horst: Sport als Teil des öffentlich-rechtlichen Programmauftrags, 2003

<http://www.rundfunk-institut.uni-koeln.de/institut/pdfs/17403.pdf>

Zugriff am 25.02.2010

Schillinger, Frank: In dem Artikel Nowitzki nicht im deutschen Fernsehen von Marburg, Matthias/ Aleksic, Sini, 2008

<http://www.bild.de/BILD/sport/mehr-sport/basketball/2008/10/30/dirk-nowitzki/startet-in-die-neue-nba-saison.html>

Zugriff am 13.03.2010

Schoenen-Dunk.de: Seit 2001 online: Schoenen-Dunk.de, Über uns, 2010

<http://www.schoenen-dunk.de/about.htm>

Zugriff am 19.03.2010

Schoenen-Dunk.de: Visists schoenen-dunk.de, 2010

<http://www.schoenen-dunk.de/statistic.htm>

Zugriff am 19.03.2010

Sonnleiter, Martin: Zu wenig Geld, zu wenig Tradition, 2008

<http://www.spiegel.de/sport/ussports/0,1518,584203,00.html>

Zugriff am 15.03.2010

Spiegel: Sportler des Jahres Franzl, Hannawald und die Völler-Jungs, 2002

<http://www.spiegel.de/sport/sonst/0,1518,228367,00.html>

Zugriff am 15.03.2010

Sportdigital: Stellungnahme zu "Eurosport und sportdigital" von der BBL, 2009

<http://www.beko-bbl.de/magazin/artikel.php?artikel=12726&menuid=16>

Zugriff am 12.03.2010

Sportmagazine-Online: Erste Deutsche Sportzeitschrift, 2010

<http://www.sportmagazine-online.de/deutsche/index.php>

Zugriff am 25.02.2010

Sportmagazine-Online: Sportmagazinsegmente und Titel 2009, 2009

<http://www.sportmagazine-online.de/deutsche/sportzeitschriftenmarkt-2009/tabelle-1-sportzeitschriftensegmente-und-titel-2009.html>

Zugriff am 25.02.2010

Sportmagazine-Online: Sportzeitschriftenmarkt und Marktanteile, 2009
<http://www.sportmagazine-online.de/deutsche/sportzeitschriftenmarkt-2009/tabelle-3-marktanteile.html>

Zugriff am 24.02.2010

Sportprofile AWA 2009. SPORTFIVE GmbH & Co. KG. Institut für Demoskopie
Allensbach, Hamburg 2009

<http://sportfive09.comconsulting.de/cgi-bin/Navigation.py?navPoint=0>

Zugriff am 25.02.2010

Sports. yahoo: All-Star 2010 by the numbers, 2010

http://sports.yahoo.com/nba/blog/ball_dont_lie/post/All-Star-2010-by-the-numbers?urn=nba,219097

Zugriff am 04.03.2010

Spox: Die NBA strebt nach Europa, 2009

<http://www.spox.com/de/sport/ussport/0910/News/die-nba-strebt-nach-europa-chicago-bulls-utah-jazz-david-stern.html>

Zugriff am 04.03.2010

Statistisches Bundesamt Deutschland: Bevölkerung, 2009

<http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Navigation/Statisiken/Bevoelkerung/Bevoelkerung.psm1>

Zugriff am 05.03.2010

Stelmaszyk, Lukas: Sky überträgt wieder die NBA, 2010

[http://www.sponsors.de/no_cache/deutsch/startseite/detailansicht/article/sky-uebertraegt-wieder-die-nba/72/a2acee9e0e/?bis=11.03.10&tx_ttnews\[swords\]=sky%20%C3%BCbertr%C3%A4gt%20wieder%20nba](http://www.sponsors.de/no_cache/deutsch/startseite/detailansicht/article/sky-uebertraegt-wieder-die-nba/72/a2acee9e0e/?bis=11.03.10&tx_ttnews[swords]=sky%20%C3%BCbertr%C3%A4gt%20wieder%20nba)

Zugriff am 11.03.2010

Stelmaszyk, Lukas/ Wiedemann, Matti: Sportdigital zeigt Fußballbundesliga der Frauen, 2010

[http://www.sponsors.de/?id=71&no_cache=1&tx_ttnews\[tt_news\]=20975&tx_ttnews\[backPid\]=72](http://www.sponsors.de/?id=71&no_cache=1&tx_ttnews[tt_news]=20975&tx_ttnews[backPid]=72)

Zugriff am 11.03.2010

Stern, David: NBA teams in Europe very likely, 2009

<http://www.interbasket.net/news/2009/10/08/david-stern-nba-teams-in-europe-very-likely/>

Zugriff am 04.03.2010

Süddeutsche Zeitung vom 08.03.2010 - 22.03.2010, 05.09.2009 - 22.09.2010

Tewes, Stefan: Biathlon knackt 10-Millionen-Marke, 2010

<http://www.quotenmeter.de/cms/?p1=n&p2=40382&p3=>

Zugriff am 24.02.2010

The Associated Press: Abosender Sky tief in den roten Zahlen, 2010

<http://de.news.yahoo.com/1/20100225/tbs-abosender-sky-tief-in-den-roten-zahl-f8250da.html>

Zugriff am 13.03.2010

tsp/dpa: Deutsche sehen 2007 weniger fern, 2007

<http://www.tagesspiegel.de/medien-news/Fernsehforschung;art15532,2446564>

Zugriff am 25.02.2010

TV-Sport: Sport im Fernsehen

<http://tv-sport.de/index2.html>

Zugriff am 25.02.2010

VDZ-Auflagendienst II/2009

http://sportmagazine-online.de/assets/pluginidata/pool/vdz_auflagen_20092.pdf

Zugriff am 31.03.2010

Voigt, Andre: Im Artikel: Nowitzki begeistert Fans auf beiden Seiten des Atlantiks von Johannes Berendt , 2002

http://www.nba.com/features/nowitzki_german_030109.html

Zugriff am 15.03.2010

Wagner, Erich: Basketball . Sportredakteur Ludwigsburger Kreiszeitung, Ludwigsburg 2010

Aus Telefonat vom 16.03.2010

Yankulin, Alexander: Vermarktung von Basketball, München 2007

Ziffzer, Stefan: Kosten in den Griff bekommen, Im Interview mit Pregel, Bettina bei Tendenz 2/2002, 2002

<http://www.blm.de/apps/documentbase/data/pdf1/2.02kosten.pdf>

Zugriff am 25.02.2010

Quellen der Abbildungen

Abbildung 1

Eigene Grafik, Quellen direkt angegeben

Abbildung 2

<http://www.bild.de/>

Zugriff am 25.02.2010

Abbildung 3

Ausschnitt aus der Frankfurter Allgemeinen Zeitung vom 09.11.2009

Erhalten vom FAZ Vertrieb

Abbildung 4

Übersicht reichweitenstärkste Sportevents 2009 im TV

Quelle: Viewer Track, futures sport + entertainment

Aus dem Bericht von Kuske, Tobias: UEFA Champions League schlägt Super Bowl, 2010

[http://www.sponsors.de/?id=71&no_cache=1&tx_ttnews\[tt_news\]=21036&tx_ttnews\[backPid\]=72](http://www.sponsors.de/?id=71&no_cache=1&tx_ttnews[tt_news]=21036&tx_ttnews[backPid]=72)

Zugriff am 01.04.2010

Abbildung 5

Ausschnitt aus der Frankfurter Allgemeinen Zeitung vom 09.11.2009

Erhalten vom FAZ Vertrieb

Abbildung 6

Ausschnitt aus der Rhein-Neckar-Zeitung vom 22.06.2006

Fotokopie aus dem RNZ Archiv Heidelberg

Abbildung 7

Ausschnitt der Titelseite der Ludwigsburger Kreiszeitung vom 09.11.2009

Erhalten von Sandra Ruf, Ludwigsburger Kreiszeitung

Abbildung 8

TV Quoten Beko BBL

Florian Oediger, Benjamin Reister: BBL-Quoten beim DSF ausbaufähig, 2009

[http://www.sponsors.de/no_cache/deutsch/startseite/detailansicht/article/bbl-quoten-beim-dsf-ausbaufaehig/72/ffb7576601/?bis=11.03.10&tx_ttnews\[swords\]=BBL-Quoten%20beim%20DSF%20ausbauf%C3%A4hig](http://www.sponsors.de/no_cache/deutsch/startseite/detailansicht/article/bbl-quoten-beim-dsf-ausbaufaehig/72/ffb7576601/?bis=11.03.10&tx_ttnews[swords]=BBL-Quoten%20beim%20DSF%20ausbauf%C3%A4hig)

Zugriff am 11.03.2010

Abbildung 9

Top 10 Reichweite Basketball bei Eurosport in Deutschland

Erhalten auf Anfrage über E-Mail von Heike Gruner, Press & PR Manager Eurosport Media GmbH

Abbildung 10

Visists schoenen-dunk.de

schoenen-dunk.de: Statistik

<http://www.schoenen-dunk.de/statistic.htm>

Zugriff am 19.03.2010

Abbildung 11

Sport1.de US- Sports

<http://www.sport1.de/de/ussport/>

Zugriff am 01.04.2010

Erklärung zur selbstständigen Anfertigung

Hiermit erkläre ich, dass ich die Arbeit ohne fremde Hilfe selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Alle Teile, die wörtlich oder sinngemäß einer Veröffentlichung entstammen, sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde noch nicht veröffentlicht oder einer anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Wiesloch, 15.04.2010

Robin Zimmermann